

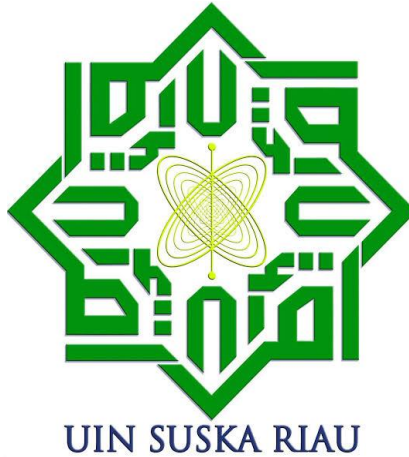


1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**PENGUNAAN MEDIA SOSIAL DALAM MEMPROMOSIKAN
PAKET UMRAH DI PT. SELATOUR PEKANBARU**

No. 4693/MD-D/SD-S1/2021



UIN SUSKA RIAU

SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Strata satu (S1) Manajemen Dakwah (S.Sos)**

OLEH:

WINDA SARI

NIM. 11740424494

PROGRAM STRATA 1 (S1)

PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH

FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU

2021-2022



Hak Cipta UINnaungi uncaang-unaang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و علم الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas No.155 KM.18 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO.Box. 1004 Telp. 0761-562223
Fax. 0761-562052 Web.www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@pekanbaru-indo.net.id

PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI

Setelah melakukan bimbingan, arahan, koreksi dan perbaikan sebagaimana mestinya terhadap penulis skripsi saudara:

Nama : Winda Sari

Nim : 11740424494

Judul Skripsi : **"Penggunaan Media Sosial Dalam Mempromosikan Paket Umrah di PT. Selatour Pekanbaru"**

Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan untuk dimunaqasahkan guna melengkapi tugas dan memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Sosial (S.Sos.) dalam bidang Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Harapan kami semoga dalam waktu dekat, yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang ujian munaqasah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian persetujuan ini kami sampaikan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Pekanbaru, 15 April 2021

Pembimbing

Drs H. Syahril Romli, M.Ag
NIP. 195706111998803001

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen Dakwah

Imron Rosidi, S.pd., M.A., Ph.D
NIP. 198111182009011006



Hak Cipta Uinraungi uncaang-ungaang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
كلية الدعوة والاتصال
FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION
Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-Indo.net.id

PENGESAHAN UJIAN MUNAQASYAH

Yang bertandatangan dibawah ini adalah Penguji Pada Ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Winda Sari
NIM : 11740424494
Judul : Penggunaan Media Sosial Dalam Mempromosikan Paket Umrah Di PT. SELATOUR Pekanbaru

Telah dimunaqasyahkan Pada Sidang Ujian Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi pada:

Hari : Kamis
Tanggal : 01 Juli 2021

Dapat diterima dan disetujui sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana Strata Satu (S1) Program Manajemen Dakwah di Fakultas Dakwah dan komunikasi UIN Sultan Syarif kasim Riau.

Pekanbaru, 07 Juli 2021
Dekan,

Dr. Imron Rosidi, S.Pd., M.Ag
NIP. 198111182009011006

Ketua/ Penguji I

Dr. Toni Hartono, M.Si
NIP. 197806052007011024

Penguji III

Zulkarnain, M.Ag
NIP. 197102122003121002

Tim Penguji

Sekretaris/ Penguji II

Khairuddin, M.Ag
NIP. 197208172009101002

Penguji IV

Drs. H. Darusman, M.Ag
NIP. 197008131997031001

Hak Cipta Uinmaung uncaung-ungaung

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Winda Sari
NIM : 11740424494
Tempat/tanggal lahir : Sei Rangau, 09 Agustus 1998
Jurusan : Manajemen Dakwah
Judul skripsi : Penggunaan Media Sosial Dalam Mempromosikan Paket Umrah di PT. SELATOUR Pekanbaru

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa penulisan skripsi ini berdasarkan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri. Baik untuk naskah laporan maupun kegiatan yang tercantum sebagai bagian dari skripsi ini. Jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh dengan karya tulis ini sesuai dengan peraturan yang berlaku di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau serta undang-undang yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Pekanbaru, 21 Juni 2021

Yang membuat pernyataan



WINDA SARI

NIM.11740424494



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
كلية الدعوة و علم الاتصال
FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas No.155 KM.18 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO.Box. 1004 Telp. 0761-562223
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@pekanbaru-indo.net.id

Pekanbaru, 15 April 2021

Drs. H. Syahril Romli, M.Ag

Dosen Pembimbing Skripsi

Nomor : Nota Dinas

Kepada Yth,

Lampiran : 5 (Eksemplar) Skripsi

Dekan

Hal : Pengajuan Ujian Skripsi

Fakultas Dakwah dan Komunikasi

A.n Winda Sari

di Pekanbaru

Assalamua'alaikum Wr. Wb.

Setelah kami mengadakan pemeriksaan atau perubahan seperlunya guna kesempurnaan skripsi ini, maka kami sebagai pembimbing skripsi saudara/I **WINDA SARI NIM.11740424494** dengan judul "**Penggunaan Media Sosial Sebagai Dalam Mempromosikan Paket Umrah di PT. Selatour PekanBaru**" telah dapat diajukan untuk mengikuti ujian Munaqasah guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) dalam bidang Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Harapan kami semoga dalam waktu dekat, yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang ujian Munaqasah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian surat pengajuan ini kami buat, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.
Wassalamua'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing

Drs. H. Syahril Romli, M.Ag
NIP. 195706111998803001



- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

Nama : Winda Sari
 Jurusan : Manajemen Dakwah
 Judul : Penggunaan Media Sosial Dalam Mempromosikan Paket Umrah di PT. Selatour Pekanbaru

Dizaman yang semakin modern seperti sekarang ini, perkembangan teknologi dan informasi sangat dibutuhkan. Teknologi dan informasi yang menjadi sangat populer di masyarakat saat ini yaitu media sosial. Hal ini tentu sangat penting mengingat media sosial ini bisa dijadikan sebagai media promosi serta membangun kegiatan marketing yang dimiliki oleh perusahaan khususnya di PT. Sela Express Tour (Selatour) Pekanbaru ini. Promosi yang dilakukan oleh PT. Selatour ini bertujuan untuk memberitahukan keberadaan suatu produk tersebut serta memberi keyakinan tentang manfaat produk tersebut kepada pembeli. Media sosial yang digunakan di PT. Selatour dalam mempromosikan paket umrah adalah media sosial Instagram dan WhatsApp dengan memanfaatkan fitur-fitur yang ada didalam media sosial tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui media sosial apa yang digunakan oleh PT. Selatour Pekanbaru mengingat pada saat ini telah terjadi wabah virus covid-19 yang melanda seluruh dunia khususnya Indonesia. Hal ini menyebabkan PT. Selatour terbatas melakukan promosi dikarenakan adanya larangan dari Pemerintah yang tidak boleh mengadakan kerumunan, perkumpulan serta mengumpulkan banyak orang. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan datanya yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi. Sumber data penelitian nya yaitu data primer berasal dari data utama yang langsung diperoleh dari sumber utama sedangkan data sekunder nya diperoleh dari pengumpulan data yang diperoleh dari lokasi penelitian atau instansi yang terkait. Berdasarkan hasil penelitian yang penulis dapatkan di lapangan, PT. Selatour ini memanfaatkan fitur-fitur yang ada di media sosial dalam mempromosikan paket umrah. Adapun fitur Intstagram yang digunakan yaitu Hashtag, Description dan Caption. Fitur WhatsApp yang digunakan yaitu Foto dan Video, Update Status dan Informasi serta Chat dan Komen.

Kata Kunci: Media sosial, Promosi, Fitur Media Sosial Yang Digunakan

Name : Winda Sari
Department : Management of Dakwah
Title : The Use Of Sosial Media in Promoting Umrah Packages at PT. Selatour Pekanbaru

ABSTRACT

In today's increasingly modern era, the development of technology and information is urgently needed. Technology and information that are becoming very popular in society today is social media. This is of course very important considering that social media can be used as a promotional medium and build marketing activities owned by companies, especially at PT. Sela Express Tour (Selatour) Pekanbaru. Promotions conducted by PT. Selatour aims to notify the existence of a product and provide assurance about the benefits of the product to buyers. The social media used at PT. Selatour in promoting the Umrah package is Instagram and WhatsApp social media by utilizing the features available in these social media. This study aims to determine what social media are used by PT. Selatour Pekanbaru, considering that currently there has been an outbreak of the Covid-19 virus that has hit the entire world, especially Indonesia. This causes PT. Selatour is limited to conducting promotions due to the prohibition of the Government which is not allowed to hold crowds, gatherings and gather large numbers of people. The research method used is a qualitative research method. While the data collection techniques are observation, interview and documentation. The source of the research data is the primary data derived from the main data which is directly obtained from the main source, while the secondary data is obtained from the collection of data obtained from the research location or related institutions. Based on the research results that the authors got in the field, PT. Selatour takes advantage of existing features on social media in promoting Umrah packages. The Intstagram features used are Hashtag, Description and Caption. The WhatsApp features used are Photos and Videos, Status and Information Updates as well as Chat and Comments.

Keywords: social media, promotion, social media fetures used

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga skripsi dengan judul **“Penggunaan Media Sosial Dalam Mempromosikan Paket Umrah di PT. Selatour Pekanbaru”** ini dapat tersusun hingga selesai. Shalawat berangkaikan salam tidak lupa kita hadiahkan kepada Junjungan Alam, Nabi Besar Muhammad SAW yang telah menjadi suri tauladan kita dalam berakhlakul karimah.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan, bimbingan, dorongan dan bantuan dari berbagai pihak. Ucapan terimakasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya penulis ucapkan kepada yang tercinta dan teristimewa untuk kedua orangtua penulis Ayahanda Yuspar dan Ibunda Roihan atas setiap linangan air mata dalam limpahan do'a dan tetesan keringat dalam mendukung ananda meraih cita-cita dan menyelesaikan studi perkuliahan ini. Semoga mereka senantiasa dalam lindungan Allah SWT. Terima kasih untuk seluruh keluarga besarku atas dorongan dan motivasi baik secara moril maupun materil sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan S-1 ini.

Selain itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Khairunnas Rajab, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Imron Rosidi, M.A, Ph.D, selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Dr. Masduki, M.Ag, Toni Hartono, S.Ag.,M.Si, Dr. Arwan, M.Ag selaku wakil Dekan I, II dan III Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam.
4. Imron Rosidi, MA, Ph.D selaku Ketua Prodi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Khairuddin, M.Ag selaku Sekretaris Prodi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dan sekaligus Pembimbing Akademik (PA).
6. Drs. H. Syahril Romli, M.Ag selaku Pembimbing Skripsi yang telah setia tanpa bosan memberikan motivasi dan bimbingan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu dosen yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis dalam menyelesaikan studi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
8. Karyawan/i Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memberikan pelayanan yang baik dan kemudahan dalam administrasi.
9. H. Yunamarsyah Mathure beserta jajaran di PT. Sela Express Tour (Selatour) Pekanbaru yang telah memberikan kesempatan dan kemudahan kepada penulis untuk mengadakan penelitian dan mengumpulkan data yang dibutuhkan untuk menyelesaikan skripsi ini.
10. Teman-teman terbaik dan seperjuangan Mahasiswa-mahasiswi Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim angkatan tahun 2017.
11. Sahabat-sahabat terbaik Meidy Hasina, Muhammad Al Fizzam, Rizky Akbar, Muhammad Ikhsan, Novika Shaleha Pasaribu, Amathul Firdausyah, Nadila Putri, Zulfaa Nabiila Zufni, Khotimah Nur Safitri, Laura Anggi Naori dan masih banyak lagi yang tidak bisa disebutkan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

satupersatu yang saling memotivasi dan membantu di saat kesulitan dan sebagai alarm di setiap kebaikan, semoga senantiasa menjadi partner dalam hal apapun.

12. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Semoga semua bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung akan menjadi amal ibadah dan mendapat pahala yang berlipat ganda di sisi Allah SWT.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran dari berbagai pihak. Akhirnya, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat serta berguna bagi penulis pribadi dan juga bagi pembaca sekalian. *Aamiin Yaa Rabbal'alamiin*

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Pekanbaru, 8 April 2021

Winda Sari

NIM. 11740424494

UIN SUSKA RIAU

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Penegasan Istilah	8
1. Penggunaan.....	8
2. Media Sosial	9
3. Promosi	9
C. Rumusan Masalah.....	10
D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	11
Tujuan Penelitian	11
Kegunaan Penelitian	11
E. Sistematika Penulisan	12
BAB II TINJUAN PUSTAKA	13
A. Kajian Terdahulu.....	13
B. Landasan Teori	15
Pengertian Media Sosial	16
Karakteristik Media Sosial.....	17

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta dilindungi UIN Suska Riau	Ciri-Ciri Media Sosial.....	18
	Fungsi Media Sosial.....	19
	Promosi	19
	Tujuan Promosi.....	20
	Indikator Yang Digunakan dalam Promosi Online.....	21
	Media Sosial Yang Digunakan Untuk Promosi	22
	C. Kerangka Pemikiran	33
	BAB III METODOLOGI PENELITIAN	35
	A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	35
	B. Waktu dan Lokasi Penelitian.....	35
	C. Sumber Data Penelitian	35
	D. Informan Penelitian	36
	E. Teknik Pengumpulan Data.....	37
	1. Observasi	37
	Wawancara.....	37
	Sokumentasi.....	38
	Studi Kepustakaan	38
	F. Validasi Data.....	39
	G. Teknik Analisis Data	40
	BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN.....	43
	A. Sejarah Perusahaan.....	43
	B. Logo Perusahaan.....	43
	C. Profil Perusahaan.....	44



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

D. Kelebihan Perusahaan	44
E. Visi dan Misi Perusahaan	45
1. Visi Perusahaan.....	45
2. Misi Perusahaan.....	45
F. Struktur Organisasi	45
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	51
A. Hasil Penelitian.....	51
1. Instagram	51
2. WhatsApp	58
B. Pembahasan	63
BAB VI PENUTUP	71
A. Kesimpulan.....	71
B. Saran	72
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN.....	76

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Logo PT. Sela Express Tour	42
Gambar 5.1 Description di PT. Selatour Pekanbaru	54
Gambar 5.2 Caption di PT. Selatour Pekanbaru	55
Gambar 5.3 Hashtag di PT. Selatour Pekanbaru	56
Gambar 5.4 Testimoni Jamaah.....	58
Gambar 5.5 Website PT. Selatour Pekanbaru	59
Gambar 5.6 Kelebihan PT. Selatour Pekanbaru.....	60
Gambar 5.7 Izin Resmi dari Kemenag.....	60
Lampiran 1 Dokumentasi dengan Devisi Haji dan Umrah	74
Lampiran 2 Ruang Kerja di PT. Selatour.....	74
Lampiran 3 Melakukan Wawancara di PT. Selatour	75

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi sekarang ini, teknologi informasi berperan sangat penting. Dengan menguasai teknologi dan informasi, kita memiliki modal yang cukup untuk menjadi pemenang dalam persaingan global. Informasi merupakan modal utama dalam mengembangkan ilmu pengetahuan dan teknologi yang menjadi senjata pokok untuk membangun negara. Teknologi menurut Miarso memiliki pengertian proses untuk meningkatkan nilai tambah, proses tersebut menggunakan atau menghasilkan suatu produk. Produk yang dihasilkan tidak terpisah dari produk lain yang telah ada dan karena itu menjadi bagian integral dari suatu sistem. Maka dapat disimpulkan era teknologi adalah masa dimana produk selalu didaur atau dicipta untuk memenuhi kebutuhan manusia.¹ Keharusan ini dimungkinkan karena manusia pada dasarnya adalah makhluk kreatif sebagai sunnatullah atas rasa, cipta, dan karsa yang diberikan maha pencipta kepadanya. Salah satu teknologi pada zaman sekarang ini yaitu media sosial.

Kehidupan manusia modern saat ini sulit dipisahkan dari perkembangan teknologi digital, salah satunya keberadaan media sosial. Mayoritas masyarakat kita memang sangat up to date terhadap perkembangan yang terjadi baik itu di dunia maya maupun yang ada di dunia nyata. Keberadaan internet sedikit banyak telah mengubah pola interaksi masyarakat. Pola interaksi ini dilakukan tanpa harus dalam satu ruang dan waktu bersamaan. Semakin berkembangnya penggunaan internet dan tingginya kebutuhan untuk berinteraksi menjadikan media sosial menjadi sesuatu yang tidak tertolak terutama bagi semua kalangan khususnya generasi muda.

¹Yusufhadi, Miarso. "Menyemai Benih Teknologi Pendidikan". Jakarta. PT. Kencana. (2004)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kemajuan teknologi media sosial saat ini telah mengubah cara komunikasi konsumen dimana hal tersebut memaksa pemasar untuk memikirkan kembali sejumlah media promosi tradisional yang mereka lakukan. Mempromosikan barang tidak hanya dengan satu media sosial saja. Untuk menarik konsumen perusahaan harus mempunyai beberapa cara untuk menarik perhatian konsumen. Media sosial merupakan saluran yang menawarkan cara yang menyenangkan dan mudah untuk berinteraksi dengan para konsumen. Hal tersebut yang membuat media sosial dan online digandrungi sebagai salah satu media promosi digital saat ini. Kotler dan Keller (2016) mengatakan bahwa sebuah perusahaan memilih bentuk pemasaran online akan menjadi suatu biaya yang paling efektif dalam mencapai tujuan komunikasi dan penjualan. Peluang bisnis travel umrah dilihat sebagai hal yang menguntungkan ditandai dengan menjamunya biro perjalanan travel haji khusus maupun umrah yang tersebar di seluruh penjuru Indonesia dengan berbagai macam kelebihan dan keuntungan yang ditawarkan. Hal ini menjadi kesempatan bagi tour and travel khususnya PT Selatour Pekanbaru untuk mempromosikan travel mereka di berbagai media sosial yang berguna untuk memperluas jamaah dan mengetahui tentang bisnis travel yang mereka lakukan serta meningkatkan penjualan produk atau jasa yang dimiliki. Dengan perkembangan teknologi dan media inilah yang dimanfaatkan oleh PT. Selatour Pekanbaru dalam memasarkan produknya tentunya dengan lebih mudah diterima oleh jamaah dan juga efisien waktu dan tempat serta dapat merancang produk berupa paket umrah dengan semenarik mungkin dan dapat bersaing dengan perusahaan yang lain dengan menawarkan keunggulan dan kelebihan dari perusahaannya.

Menurut Pendit (1999), Biro perjalanan wisata atau yang dikenal sebagai Travel Agency ialah perusahaan yang memiliki tujuan untuk menyiapkan suatu perjalanan bagi seseorang yang merencanakan untuk

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mengadakannya.² Definisi tersebut sesuai dengan definisi biro perjalanan wisata menurut Ismayanti (2010) Biro perjalanan wisata adalah usaha yang menyelenggarakan kegiatan wisata atau jasa lain yang terkait dengan penyelenggaraan perjalanan wisata baik dari dalam maupun dari luar negeri maupun sebaliknya dan memperoleh laba. Sebuah perusahaan boleh dikatakan sebagai biro perjalanan wisata jika kegiatan utama perusahaan tersebut berfokus pada perencanaan serta penyelenggaraan perjalanan wisata atau paket wisata atas inisiatif sendiri dan tanggungjawab sendiri dengan tujuan mengambil keuntungan dari penyelenggaraan perjalanan tersebut.³ Ciri pelayanan yang baik dari biro perjalanan adalah memberikan kepuasan kepada jamaah diantaranya memiliki karyawan yang profesional, tersedianya sarana dan prasarana yang lengkap, tersedia semua produk yang diinginkan bertanggungjawab kepada semua jamaah dari awal perjalanan sampai selesai, maupun melayani secara cepat dan tepat, berkomunikasi secara jelas, maupun memberikan kepercayaan kepada jamaah umrah.⁴

Menunaikan ibadah haji merupakan kewajiban kaum muslim di seluruh dunia, dengan jumlah penduduk muslim terbesar di dunia. Maka Indonesia mendapatkan jatah (kuota) jamaah haji yang lebih besar dibandingkan dengan negara-negara muslim lainnya. Ibadah haji merupakan rukun islam yang kelima bagi orang-orang yang mampu.⁵ Dalam al-Quran dinyatakan bahwa ibadah haji wajib atas setiap muslim yang mampu, yakni memiliki bekal sehat jasmani dan rohani. Dalam Undang-Undang Republik Indonesia No. 13 Tahun 2008 tentang penyelenggara ibadah umrah dan haji

² Pendit, S., Nyoman. *"Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana"*. Jakarta: Pradya Pratama. (1999).

³ Ismayanti. *"Pengantar Pariwisata"*. Jakarta: PT Gramedia Widisarana Indonesia. (2010).

⁴ Kasmir. *"Etika Customer Service"*. PT. Raja Grafindo. 2005. Halaman 5

⁵ Nogas, Moede. *"Haji dan Umrah"*. Jakarta: Pustaka Ainun. Halaman 83

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dijelaskan tentang kewajiban pemerintah terhadap jamaah haji,⁶ yakni pemerintah berkewajiban melakukan pembinaan, pelayanan dan perlindungan dengan menyediakan layanan administrasi, bimbingan manasik haji, akomodasi, transportasi, pelayanan kesehatan, keamanan dan hal-hal yang diperlukan oleh jamaah haji.⁷ Maka peluang inilah yang dilirik bukan saja oleh pemerintah namun juga oleh biro-biro penyelenggara umrah berkompetisi untuk menarik simpati jamaah. Oleh karena itu biro-biro travel umrah berlomba-lomba menawarkan pembinaan, pelayanan, dan perlindungan dengan kelebihan fasilitas yang berbeda hanya untuk sebuah popularitas. Agar tujuan pelaksanaan ibadah haji dan umrah selalu sukses dan mencapai target yang ingin dicapai, maka perlu adanya rasa percaya pada diri jamaah haji dan umrah terhadap biro travel yang dipilih. Oleh sebab itu biro-biro penyelenggara jamaah haji dan umrah harus mampu memberi pelayanan yang terbaik pada jamaah. Salah satu biro travel umrah yang penulis teliti yaitu PT Selatour Pekanbaru dan yang membedakannya dengan travel lain dikarenakan PT. Selatour ini telah mendapatkan surat izin dari kemenag bisa diakses melalui www.umrahcerdas.kemenag serta mengikuti pameran-pameran Garuda Indonesia Travel Fair dan membuat brosur sebagai media promosi.

PT Selatour Pekanbaru adalah salah satu perusahaan travel agency (agen perjalanan) yang menggunakan media sosial dalam mempromosikan produknya. Media sosial menurut Philip Kotler dan Kevin Keller adalah sarana bagi konsumen untuk berbagai informasi teks, gambar, video dan audio dengan satu sama lain dan dengan perusahaan dan sebaliknya. Media sosial adalah sebuah media online dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki,

⁶ Dipo Khoirul Islami. "Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Haji dan Umrah (PT. Margasuci Minarfi Jakarta Pusat", Sripsi Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah)". Jakarta. (2014). Halaman 3

⁷ Undang-Undang Republik Indonesia. "Penyelenggaraan Ibadah Haji, Biro Hukum Dan Kerjasama Luasr Negeri Secretariat Jendral Departemen Agama RI". Jakarta. (2008). Halaman 143

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

forum, dan dunia virtual.⁸ Media sosial digunakan sebagai alat promosi karena memiliki respon secara langsung dengan penggunaanya. Media sosial membuat proses pengenalan menjadi lebih mudah dibandingkan dengan sebelumnya. Dengan perangkat pendukung yang ada, kini kita bisa mengetahui dengan terperinci mengenai siapa saja konsumen nya, bahasa yang digunakan, rentang usia, bahkan jenis kelamin dari sosial media tersebut. Informasi ini dapat membantu proses branding dan promosi kepada target konsumen yang tepat. Dalam menciptakan persepsi dalam pemikiran konsumen mengenai suatu produk, jasa, atau brand dibutuhkan pemikiran yang matang akan media sosial apakah yang cocok dan efektif. Banyak media promosi yang dapat digunakan dari mulai yang umum hingga unik atau baru hingga kini dimanfaatkan sebagai media promosi yang ternyata cukup efektif dalam memperoleh calon konsumen baru. Maraknya penggunaan media sosial oleh masyarakat Indonesia ini dilirik oleh pemilik bisnis atau perusahaan untuk memasarkan produk atau jasanya. Pemasaran melalui media sosial ini disebut social media marketing. Social media marketing adalah upaya pemasaran online dengan menciptakan visibilitas, eksistensi dan keberadaan sebuah situs web pada social media network (jaringan media sosial) seperti Facebook, Twitter, Instagram bahkan Youtube sekalipun. Singkatnya social media marketing adalah upaya pemasaran yang menggunakan media sosial sebagai salurannya. Media sosial yang digunakan di PT. Selatour Pekanbaru ini yaitu media sosial Instagram dan WhatsApp. Di Instagram PT. Selatour Pekanbaru menampilkan beberapa paket umrah sesuai kebutuhan jamaah. Dan apabila jamaah tertarik dengan penawaran yang diberikan oleh PT. Selatour ini, maka jamaah meneruskan chat ke WhatsApp. Akun WhatsApp PT. Selatour ini sudah tertera di bagian deskripsi di akun media sosia Instagram. Akun Instagram dan WhatsApp PT Selatour Pekanbaru ini adalah salah satu jenis media sosial

⁸ Philip Kotler dan Kevin Keller. *"Manajemen Pemasaran"*. Yogyakarta. PT. Graha Wijaya. (2021) Halaman 668

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang berfokus pada tampilan foto instan sebagai salah satu cara memberikan informasi kepada orang lain dengan cepat. PT Selatour Pekanbaru menggunakan Instagram dengan nama akun @Selatour.Pekanbaru dan sudah membagikan 142 kiriman dengan jumlah followers sebanyak 1.222 akun dan following 335 akun (per tanggal 16 Februari 2020). Salah satu konten yang dibagikan melalui media sosial Instagram dan WhatsApp adalah informasi mengenai produk paket umrah, fasilitas yang diberikan, jadwal keberangkatan, foto jamaah yang berada di tanah air maupun di tanah suci. Hal ini yang dimanfaatkan oleh PT. Selatour sebagai peluang untuk memasarkan produk dilihat dari kemudahan dalam mengakses dan menjelajah media sosial Instagram dan WhatsApp.

WhatsApp merupakan salah satu media sosial yang berbasis chat, networking yang digunakan untuk berkomunikasi, sharing dokumen, foto, video call yang menggunakan jaringan internet. Saat ini strategi pemasaran menggunakan media sosial memang banyak digunakan oleh pebisnis. Media sosial dikenal cukup efektif untuk menjalankan strategi pemasaran, salah satunya WhatsApp marketing. WhatsApp menjadi salah satu aplikasi perpesanan yang memungkinkan pengguna mengirim pesan, dokumen, gambar, panggilan gambar serta video secara gratis. Aplikasi ini pun mengembangkan WhatsApp Marketing yang ditujukan bagi pebisnis untuk memasarkan produknya dengan mudah. Salah satu alasan mengapa perlu melakukan pemasaran melalui WhatsApp yaitu kemungkinan banyak pelanggan yang sudah menggunakan aplikasi tersebut. Pebisnis juga harus lebih inovatif dalam melakukan promosi karena aplikasi tersebut tidak menjual ruang iklan seperti media sosial lain. Oleh karena itu, pebisnis perlu memahami dan mengembangkan strategi pemasaran khusus untuk WhatsApp. Aplikasi perpesanan tersebut didesain untuk memudahkan pebisnis untuk lebih fokus dalam melayani pelanggan. Selain itu, WhatsApp untuk bisnis ini cukup aman sehingga pebisnis dapat membedakannya dari akun pribadi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

WhatsApp merupakan aplikasi gratis untuk melakukan perpesanan hanya dengan menggunakan koneksi internet. Aplikasi ini memungkinkan pengguna berbagi gambar, video, audio, file, serta dapat melakukan panggilan video dan suara secara gratis. Dengan menggunakan aplikasi ini, pengguna dapat mengcover biaya SMS yang cukup tinggi.

Sedangkan Instagram merupakan situs jejaring sosial yang memungkinkan pengguna untuk terhubung dengan mengundang teman atau kolega yang memiliki akses untuk mengunjungi profil mereka. Instagram sendiri adalah salah satu jenis media sosial yang berfokus pada tampilan foto instan sebagai cara untuk memberikan informasi kepada orang lain dengan cepat. Instagram juga merupakan sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, mengambil video, menerapkan filter digital dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial. Sistem sosial pada media sosial Instagram adalah dengan menjadi followers akun pengguna, atau memiliki followers Instagram. Sehingga timbul komunikasi, dan dapat saling berinteraksi dengan memberikan tanda suka, ataupun memberikan komentar melalui foto maupun video yang telah diunggah oleh pengguna lainnya. Untuk menggunakan Instagram sebagai sarana promosi, sangatlah dianjurkan karena sifatnya yang langsung dan juga cepat dalam menyampaikan informasi. Cara menggunakan sosial media Instagram ini cukup mudah karena pelaku bisnis tinggal membuka akun, mengupload gambar yang disertai dengan deskripsi produk. Dengan begitu para pegunjung sudah bisa melihat produk yang akan di tawarkan melalui gambar tersebut. Menggunakan media sosial sangatlah bermanfaat sebagai marketplace dan marketshare karena lewat genggaman pun kita bisa berkomunikasi dengan pelanggan langsung mendapat feedback bahkan pelanggan kita dapat langsung membagikan apa yang kita bagi atau mereka share. Media sosial Instagram ini lebih mudah dipahami oleh manusia pada berbagai skala usia dan lokasi karena media sosial ini menyediakan layanan utama dalam bentuk

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

gambar dan video sehingga orang tidak kesulitan untuk melihat gambar, iklan atau browsur yang kita share lewat Instagram.

Berdasarkan penjelasan diatas tentang PT. Selatour Pekanbaru, maka penulis akan menuangkan dalam sebuah karya tulis ilmiah atau skripsi dengan judul “Penggunaan Media Sosial Dalam Mempromosikan Paket Umrah di PT. Selatour Pekanbaru”. Karena pada masa sekarang ini telah terjadinya covid-19 yang melanda di Indonesia maupun negara luar lainnya. Hal ini berdampak pada perekonomian, pendidikan, pariwisata, kesehatan, bahkan perjalanan haji dan umrah harus dihentikan sementara. Sebelum adanya pandemi ini PT. Selatour Pekanbaru mengadakan sosialisasi tentang kegiatan umrah. Pada masa pandemi atau covid-19 ini jamaah tidak bisa mengadakan pelatihan, kerumunan, pertemuan, kunjungan. Maka dari itu, PT. Selatour Pekanbaru mengambil inisiatif untuk mempromosikan produk atau paket umrah di berbagai media sosial yang berguna agar jamaah mengetahui kegiatan apa saja yang di lakukan oleh PT. Selatour ini.

B. Penegasan Istilah

Untuk Memperjelas maksud dan tujuan penelitian ini agar tidak bermakna ganda dan menghindari terjadinya kesalahpahaman, maka penulis membuat penegasan istilah guna memberikan penjelasan tentang makna istilah yang penulis maksud. Berikut beberapa istilah yang akan penulis jelaskan:

1. Penggunaan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI, 2002:852) penggunaan diartikan sebagai proses, cara, perbuatan menggunakan sesuatu, pemakaian. Penggunaan berasal dari kata dasar guna. Penggunaan memiliki arti dalam kelas nomina atau kata benda sehingga penggunaan dapat menyatakan nama dari seseorang, tempat, atau semua benda dan segala yang dibendakan. Penggunaan sebagai

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

aktifitas memakai sesuatu atau membeli sesuatu berupa barang dan jasa. Pembeli dan pemakai yang dapat disebut pula sebagai konsumen barang dan jasa. Dalam penelitian ini penggunaan yang dimaksud adalah pemakaian pada fitur-fitur yang ada di smartphone dalam berinteraksi kepada orang lain.

2. Media Sosial

Menurut Rohmadi mengartikan kata media sosial sebagai suatu media dimana penggunaanya dapat saling bersosialisasi maupun berinteraksi, berbagai informasi serta dapat menjalin kerjasama.⁹ Menurut Boyd dalam Nasrullah media sosial diartikan sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain.¹⁰ Pengertian media sosial menurut penulis adalah alat bantu komunikasi dalam menyampaikan informasi dari seseorang kepada seseorang atau kelompok orang untuk mencapai tujuan individu maupun tujuan kelompok. Media sosial hendaklah dipergunakan dengan sebaik-baiknya untuk pemasaran produk, perusahaan bisa dengan mudah mengontrol pasar online karena media sosial tidak memiliki batasan dan waktu dalam mengaksesnya.

3. Promosi

Menurut Rangkuti (2009:49) promosi dilakukan oleh suatu perusahaan dengan tujuan memberitahukan keberadaan produk tersebut serta memberi keyakinan tentang manfaat produk tersebut kepada pembeli. Promosi merupakan salah satu cara yang digunakan

⁹ Rohmadi. *"Tips Produktif Bersosial Media"*. Jakarta: PT Elek Media Komputindo. (2016).

¹⁰ Nasrullah. *"Media Sosial"*. (2015). Simbiosis Rekatama Media.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

untuk meningkatkan volume penjualan.¹¹ Menurut Wikipedia, promosi adalah mengiklankan suatu produk atau merek, menghasilkan penjualan, dan menciptakan loyalitas merek atau brand. Ini adalah salah satu dari empat elemen dasar bauran pemasaran, yang mencakup empat P: price, product, promotion, and place atau harga, produk, promosi, dan tempat. Menurut pendapat Swastha, pengertian promosi adalah persuasi satu arah yang di buat untuk mempengaruhi orang lain yang bertujuan pada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran. Menurut pendapat Tjiptono, arti promosi adalah bentuk komunikasi pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/ membujuk dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan. Pengertian promosi menurut penulis yaitu bentuk komunikasi yang dilakukan oleh penjual dan pembeli yang berusaha memberikan informasi terhadap produk yang akan ditawarkan.

Media sosial yang digunakan sebagai media promosi yaitu Instagram dan WhatsApp.

Rumusan Masalah

Dari uraian yang dijelaskan di latarbelakang, yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Apa Media Sosial Yang Digunakan Dalam Mempromosikan Paket Umrah di PT. Selatour Pekanbaru?

¹¹ Rangkuti, F. “*Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*”. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama. (2009).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pokok permasalahan latar belakang, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Penggunaan Media Sosial Dalam Mempromosikan Paket Umrah di PT. Selatour Pekanbaru.

2. Kegunaan Penelitian

a) Kegunaan Akademis

Penelitian ini bertujuan sebagai tambahan referensi terkait dengan Penggunaan Media Sosial Dalam Mempromosikan Paket Umrah di PT. Selatour Pekanbaru sehingga menjadi rujukan jika nantinya ada yang melakukan penelitian yang sama. Dan hasil penelitian ini dapat menjadi kajian tersendiri bagi penulis dalam mengembangkan ilmu metodologi yang dimiliki.

b) Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini dibuat diharapkan mampu memberikan kontribusi bagi Prodi Manajemen Dakwah, konsentrasi Manajemen Travelling Haji dan Umrah, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Penelitian ini dibuat sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Sosial (S.Sos) Prodi Manajemen Dakwah, Konsentrasi Manajemen Travelling Haji dan Umrah, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

E. Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini penulis mengemukakan latar belakang masalah, penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II : KAJIAN TERDAHULU

Dalam bab ini penulis mengemukakan kajian terdahulu yang relevan dengan penelitian, landasan teori serta kerangka pikir yang digunakan dalam penelitian.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini penulis mengemukakan jenis dan pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, sumber data penelitian, informan penelitian, teknik pengumpulan data, validasi data dan teknik analisis data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

Dalam bab ini penulis mengemukakan sejarah perusahaan, logo perusahaan, profil perusahaan, kelebihan perusahaan, visi dan misi perusahaan, serta struktur organisasi.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini penulis mengemukakan hasil penelitian dan pembahasan penelitian.

BAB VI : PENUTUP

Dalam bab ini penulis mengemukakan kesimpulan dan saran penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II

TINJUAN PUSTAKA

A. Kajian Terdahulu

Untuk membandingkan dengan penelitian lain dan sekaligus untuk melihat posisi penelitian ini, maka perlu dilihat penelitian-penelitian lain yang pernah dilakukan. Sebenarnya berdasarkan penelusuran yang penulis lakukan terhadap tema atau fokus penelitian yang berkaitan dengan Penggunaan Media Sosial Dalam Mempromosikan Paket Umrah di PT. Selatour Pekanbaru itu ada 10 penelitian. Setelah penulis membaca bahwa yang punya kemiripan dengan penelitian ini hanya 5. Adapun penelitian yang hampir mirip dan sama dengan penelitian ini adalah :

1. *Pertama*, Penelitian yang dilakukan oleh Dimas Dwi Saputra dengan judul “Penggunaan Media Sosial Instagram Di PT Rosalia Indah Tour and Travel Solo”. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan alat kumpul data kuesioner yang didukung dengan data wawancara dan studi pustaka. Penentuan sample dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik purposive sampling dengan ketentuan responden harus mengikuti akun instagram Rosintours dan terdapat 100 followers yang menjadi responden responden dalam penelitian ini untuk menilai penggunaan media sosial instagram Rosintour. Persamaan penelitian sebelumnya dengan penelitian yang dilakukan penulis yaitu sama-sama membahas penggunaan media sosial dalam memberikan informasi dan mempromosikan produk yang dimiliki perusahaan khususnya di bidang Tour dan Travel. Perbedaannya terletak pada metode penelitian, teknik pengumpulan data, serta terletak pada fokus penelitian. Penelitian sebelumnya hanya membahas media sosial

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Instagram sementara penulis membahas media sosial Instagram dan WhatsApp untuk mempromosikan produk yang dimiliki perusahaan.

2. *Kedua*, Penelitian yang dilakukan oleh Rafie Hasan dengan judul “Pemanfaatan Media Sosial Facebook Sebagai Strategi Pemasaran Paket Umrah PT Hajar Aswad Mubaroq Kabupaten Siak”. Metode penelitian yang dilakukan adalah deskriptif kualitatif. Data diperoleh melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian ini adalah bagaimana pemanfaatan media sosial facebook sebagai strategi pemasaran paket umrah adalah perumusan strategi, implementasi strategi, dan evaluasi strategi. Persamaan Penelitian ini dengan sebelumnya terletak pada metode penelitian, data yang diperoleh, teknik pengumpulan data dan sama-sama membahas pemanfaatan media sosial sebagai strategi pemasaran. Sedangkan perbedaannya terletak pada media sosial yang digunakan, penelitian sebelumnya menggunakan Facebook sebagai strategi pemasaran dan penelitian yang dilakukan penulis menggunakan media sosial Instagram dan WhatsApp sebagai strategi pemasaran dan media promosi.
3. *Ketiga*, Penelitian yang dilakukan oleh Izza Syafira dengan judul “Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Pemasaran Online Pada Busana Muslim Siva di Sidoarjo”. Metode penelitian yang dilakukan adalah deskriptif kualitatif. Data diperoleh melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian sebelumnya adalah menjawab pertanyaan bagaimana pemanfaatan media sosial sebagai media pemasaran online dan apa saja kendala yang dihadapi Busana Muslim Siva dalam pemanfaatan media sosial sebagai media pemasaran online ini. Sedangkan tujuan penelitian yang dilakukan penulis bertujuan untuk mengetahui media sosial apa saja yang digunakan PT. Selatour Pekanbaru ini dalam mempromosikan paket umrah.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. *Keempat*, Penelitian yang dilakukan oleh Dinda Sekar Puspitarini dan Reni Nuraeni dengan judul “Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi”. Metode penelitian yang di dilakukan adalah deskriptif kualitatif. Data diperoleh melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui kegiatan promosi apa saja yang dilakukan oleh Happy Go Lucky Home dalam akun media sosial intagram dan mengetahui faktor-faktor apa yang membuat instagram dipilih sebagai media promosi yang aktif. Tujuan penelitian yang dilakukan penulis yaitu untuk mengetahui kegiatan promosi apa saja yang dilakukan oleh PT. Selatour Pekanbaru dalam mempromosikan paket umrah tersebut.
5. *Kelima*. Penelitian yang dilakukan oleh Arum Wahyuni Purbohastuti dengan judul “Efektifitas Media Sosial Sebagai Media Promosi”. Metode penelitian yang di dilakukan adalah deskriptif kualitatif. Data diperoleh melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Berdasarkan penelitian yang dilakukan media sosial ini sangat efektif sebagai media promosi yang paling sering digunakan.

Landasan Teori

Untuk mengetahui penggunaan media sosial dalam mempromosikan paket umrah di PT Travel Selatour Pekanbaru, maka terlebih dahulu diuraikan teori-teori yang berkaitan dengan tema penelitian yaitu:

1. Penggunaan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI, 2002:852) penggunaan diartikan sebagai proses, cara, perbuatan menggunakan sesuatu, pemakaian. Penggunaan berasal dari kata dasar guna. Penggunaan memiliki arti dalam kelas nomina atau kata benda sehingga penggunaan dapat menyatakan nama dari seseorang, tempat, atau semua benda dan segala yang dibendakan. Penggunaan sebagai

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

aktifitas memakai sesuatu atau membeli sesuatu berupa barang dan jasa. Pembeli dan pemakai yang dapat disebut pula sebagai konsumen barang dan jasa. Dalam penelitian ini penggunaan yang dimaksud adalah pemakaian pada fitur-fitur yang ada di smartphone dalam berinteraksi kepada orang lain.

2. Media Sosial

a) Pengertian Media Sosial

Istilah media sosial tersusun dari dua kata yakni “media dan sosial”. Media diartikan sebagai alat komunikasi. Sedangkan kata sosial diartikan sebagai kenyataan sosial bahwa setiap individu melakukan aksi yang memberikan kontribusi kepada masyarakat.¹² Jadi penulis menyimpulkan media sosial adalah alat komunikasi yang digunakan oleh pengguna dalam proses sosial.

Pengertian Media Sosial Menurut Para Ahli:

Menurut Rohmadi (2016:1) mengartikan kata media sosial sebagai suatu media dimana penggunanya dapat saling bersosialisasi maupun berinteraksi, berbagai informasi serta dapat menjalin kerjasama.

Menurut Boyd dalam Nasrullah (2015) media sosial sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain.

¹² McQuail, D. “*Teori Komunikasi Massa*”. Jakarta: Penerbit Erlangga. (2003).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Media sosial adalah saluran komunikasi peer-to-eer, yang memungkinkan web interaktif pembuatan konten, kolaborasi dan pertukaran oleh peserta dan publik, aspek yang memperkenalkan perubahan substansial dan menyebar ke komunikasi antara organisasi, komunitas dan individu. Menghubungkan pengguna media sosial untuk membentuk komunitas virtual dengan menggunakan lintas platform, dan karena itu mempengaruhi perilaku orang dan kehidupan nyata. Dengan kata lain, media sosial adalah alat daring dengan pola komunikasi peer-to-peer, sehingga memudahkan adanya interaksi dan kolaborasi dalam tiap-tiap unggahan melalui lintas platform sehingga dapat mempengaruhi tindakan manusia dalam dunia nyata.¹³

Pengertian media sosial menurut penulis adalah alat bantu komunikasi dalam menyampaikan informasi dari seseorang kepada seseorang atau kelompok orang untuk mencapai tujuan individu maupun tujuan kelompok.

b) Karakteristik Media Sosial

1. Jaringan (Network)

Jaringan adalah infastruktur yang menghubungkan antara komputer dengan perangkat keras lainnya. Koneksi ini diperlukan karena komunikasi bisa terjadi jika antar komputer terhubung, termasuk di dalamnya perpindahan data (Network).

2. Informasi (Informative)

Informasi entitas penting dimedia sosial karena pengguna media sosial mengkreasikan representasi identitasnya, memproduksi konten, dan melakukan interaksi berdasarkan informasi.

¹³ Zeng, Benxiang Dan Gerritsen, Rolf. "Perspektif Manajemen Pariwisata Vol 10". (2014). Halaman 27-36

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Arsip (Archive)

Bagi pengguna media sosial, arsip menjadi sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan bisa diakses kapanpun dan melalui perangkat apapun.

4. Interaksi (Interactivity)

Media sosial membentuk jaringan antar pengguna yang tidak sekedar memperluas hubungan pertemanan atau pengikut (follower) semata, tetapi harus dibangun dengan interaksi antar pengguna tersebut.

5. Simulasi Sosial (Simulation Of Society)

Media sosial memiliki karakter sebagai medium berlangsungnya masyarakat (society) di dunia virtual. Media sosial memiliki keunikan dan pola yang dalam banyak kasus berbeda dan tidak dijumpai dalam tatanan masyarakat yang real.

6. Konten Oleh Pengguna (User-Generated Content)

Di Media sosial konten sepenuhnya milik dan berdasarkan kontribusi pengguna atau pemilik akun. UGC merupakan relasi simbiosis dalam budaya media baru yang memberikan kesempatan dan keleluasaan pengguna untuk berpartisipasi. Hal ini berbeda dengan media lama (tradisional) dimana khalayaknya sebatas menjadi objek atau sasaran yang pasif dalam distribusi pesan.¹⁴

Ciri-Ciri Media Sosial

1. Pesan yang disampaikan tidak hanya untuk satu orang tetapi luas jangkauannya. Contohnya pesan melalui SMS ataupun internet.
2. Pesan yang disampaikan bebas ataupun tanpa harus melalui suatu Gatekeeper dan tidak ada gerbang penghambat.

¹⁴ Nasrullah, Rulli. "Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknolog". Bandung: Simbiosis Rekatama Media. (2015).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Pesan yang disampaikan cenderung lebih cepat dibanding media lainnya dan juga bisa tertunda penerimaannya tergantung pada waktu interaksi yang ditentukan sendiri oleh pengguna.

d) Fungsi Media Sosial

Menurut J.H Kietzmann, et al terdapat tujuh fungsi media sosial yaitu:

1. Identity yaitu sejauh mana user (perusahaan) mengungkapkan identitas mereka di dalam media sosial. Hal ini meliputi nama, usia, jenis kelamin, lokasi dan sebagainya.
2. Conversation yaitu sejauh mana user (perusahaan) dapat berkomunikasi dengan user yang lain (konsumen).
3. Sharing yaitu sejauh mana user bertukar, menyebarkan dan menerima konten melalui media sosial.
4. Presence yaitu sejauh mana user (perusahaan) apakah user lain dapat diakses dalam dunia nyata atau dunia maya.
5. Relationship yaitu sejauh mana user (perusahaan) dapat berhubungan atau terhubung dengan pengguna lain.
6. Reputation yaitu sejauh mana user terlibat dalam media sosial secara aktif.
7. Group yaitu sejauh mana user dapat membentuk sebuah komunitas melalui media sosial.¹⁵

e) Promosi

a) Pengertian Promosi

Menurut Rangkuti (2009:49) promosi dilakukan oleh suatu perusahaan dengan tujuan memberitahukan keberadaan produk tersebut serta memberi keyakinan tentang manfaat produk tersebut

¹⁵Kietzmann, Jan & Hermkens. "Social Media? Get Serious! Understanding the Functional Building Blocks of Social Media". Business Horizons. (2011). Halaman 54

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kepada pembeli. Promosi merupakan salah satu cara yang digunakan untuk meningkatkan volume penjualan.¹⁶

Menurut Wikipedia, promosi adalah mengiklankan suatu produk atau merek, menghasilkan penjualan, dan menciptakan loyalitas merek atau brand. Ini adalah salah satu dari empat elemen dasar bauran pemasaran, yang mencakup empat P: price, product, promotion, and place atau harga, produk, promosi, dan tempat. Menurut pendapat Swastha, pengertian promosi adalah persuasi satu arah yang di buat untuk mempengaruhi orang lain yang bertujuan pada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran.

Menurut pendapat Tjiptono, arti promosi adalah bentuk komunikasi pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/ membujuk dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan. Pengertian promosi menurut penulis yaitu bentuk komunikasi yang dilakukan oleh penjual dan pembeli yang berusaha memberikan informasi terhadap produk yang akan ditawarkan.

b) Tujuan Promosi

Menurut Rangkuti (2009: 51) dalam bukunya Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated perusahaan melakukan kegiatan promosi dengan tujuan utama yaitu mencari laba. Umumnya promosi yang dilakukan perusahaan harus didasari oleh tujuan sebagai berikut:

1. Modifikasi tingkah laku. Pasar adalah tempat pertemuan di mana orang-orang hendak melakukan kegiatan pertukaran, orang-orangnya

¹⁶ Rangkuti, F. “*Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*”. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama. (2009).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

terdiri dari berbagai macam tingkah laku. Begitu juga dengan pendapat mereka tentang suatu barang atau jasa, ketertarikan, keinginan, dorongan, dan kesetiaannya terhadap barang dan jasa. tersebut juga berbeda. Maka dari itu tujuan promosi adalah untuk mengubah tingkah laku dan pendapat suatu individu, dari yang semula tidak menerima suatu produk, menjadikannya setia terhadap produk tersebut.

2. Memberikan Informasi. Kegiatan promosi ditujukan untuk menginformasikan kepada konsumen yang dituju mengenai suatu produk. Informasi tersebut seperti harga, kualitas, syarat pembeli, kegunaan produk, keistimewaan, dan lain-lain.
3. Membujuk. Pada umumnya promosi ini kurang disenangi masyarakat. Namun pada kenyataannya, saat ini jenis promosi ini banyak bermunculan. Promosi ini dilakukan untuk mendorong adanya pembelian.
4. Mengingatkan. Promosi bersifat mengingatkan ini dilakukan untuk mempertahankan merek produk dihati masyarakat. Promosi ini dilakukan selama tahap kedewasaan dalam siklus kehidupan produk. Perusahaan berusaha memperhatikan dan mempertahankan pembeli yang ada, karena pembeli tidak hanya sekali melalukan pembelian melainkan harus berlangsung dan terusmenerus.

c) Indikator Yang Digunakan dalam Promosi Online

Indikator-Indikator yang Digunakan dalam Promosi Online
Menurut Rangkuti (2009:230) indikator yang digunakan dalam promosi secara online adalah:

1. Iklan

Indikator yang digunakan dalam online IMC adalah link ke situs lainnya, serta iklan yang diletakkan dalam situs yang bersangkutan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Sales Promotion

Sales Promotion Indikator yang digunakan yaitu: Menawarkan sesuatu secara gratis, memberikan kupon diskon atau penawaran khusus, memberikan program yang berhubungan dengan program loyalitas, mengadakan program yang berkaitan dengan undian dan juga permainan, mengadakan games online.

3. Public Relation

Public Relation Indikator yang digunakan yaitu: kumpulan pertanyaan yang sering ditanyakan oleh konsumen serta jawaban atau biasa disebut dengan frequently asking questions.

4. Direct Marketing

Direct Marketing Indikator yang digunakan yaitu: nomor telepon, nomor faksimile, address/alamat surat, link ke e-mail, formulir tanggapan secara online, site map, search index, virtual tour, section yang menjelaskan hal-hal terbaru atau what's new, kalender kegiatan, informasi tentang nilai tukar, joke atau gambar kartun, denah lokasi, fasilitas untuk menggunakan bahasa lain.

5. Personal Selling

Personal Selling Indikator yang digunakan yaitu adanya fasilitas yang dapat melakukan penjualan secara online, seperti fasilitas booking online, melakukan pemesanan online, melakukan penjualan online, dan berbagai fasilitas transaksi lainnya secara online.

d) Media Sosial Yang Digunakan Untuk Promosi

1. WhatsApp

a. Pengertian WhatsApp

WhatsApp merupakan salah satu media sosial yang berbasis chat, networking yang digunakan untuk berkomunikasi, sharing dokumen, foto, video call yang menggunakan jaringan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

internet. Saat ini strategi pemasaran menggunakan sosial media memang banyak digunakan oleh pebisnis. Sosial media dikenal cukup efektif untuk menjalankan strategi pemasaran, salah satunya Whatsapp marketing. WhatsApp menjadi salah satu aplikasi perpesanan yang memungkinkan pengguna mengirim pesan, dokumen, gambar, panggilan gambar serta video secara gratis. Aplikasi ini pun mengembangkan WhatsApp Marketing yang ditujukan bagi pebisnis untuk memasarkan produknya dengan mudah. Salah satu alasan mengapa perlu melakukan pemasaran melalui WhatsApp yaitu kemungkinan banyak pelanggan yang sudah menggunakan aplikasi tersebut. Pebisnis juga harus lebih inovatif dalam melakukan promosi karena aplikasi tersebut tidak menjual ruang iklan seperti sosial media lain. Oleh karena itu, pebisnis perlu memahami dan mengembangkan strategi pemasaran khusus untuk WhatsApp. Aplikasi perpesanan tersebut didesain untuk memudahkan pebisnis untuk lebih fokus dalam melayani pelanggan. Selain itu, WhatsApp untuk bisnis ini cukup aman sehingga pebisnis dapat membedakannya dari akun pribadi. WhatsApp merupakan aplikasi gratis untuk melakukan perpesanan hanya dengan menggunakan koneksi internet. Aplikasi ini memungkinkan pengguna berbagi gambar, video, audio, file, serta dapat melakukan panggilan video dan suara secara gratis. Dengan menggunakan aplikasi ini, pengguna dapat mengcover biaya SMS yang cukup tinggi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b. Fungsi WhatsApp

Fungsi WhatsApp yaitu:

1. Sebagai media pendidikan atau komunitas yang bisa digunakan untuk membuat grup untuk membahas pelajaran ataupun hal lainnya.
2. Untuk berbagi informasi, hanya dengan mengirim pesan informasi sudah diketahui oleh orang lainnya.
3. Untuk membuat Story atau pesan, Dapat mengirim foto, video, dan tulisan yang dapat dibagikan kesemua kontak whatsapp. Hal ini dapat mempermudah mengirim gambar untuk berjualan online.

c. Peran WhatsApp untuk meningkatkan bisnis

1. Menjaring Banyak Customer

WhatsApp memberikan kemudahan bagi pelanggan yang ingin melakukan chat dengan penjual, baik membeli produk atau hanya sekedar bertanya. Pebisnis pun dapat lebih cepat dan efisien dalam menjangkau serta melayani pelanggan. Selain itu, penjual juga bisa lebih dekat dengan pelanggan untuk memasarkan produknya.

2. Membuat Grup Untuk Memudahkan Pemasaran

Salah satu fitur dalam aplikasi WhatsApp yaitu dapat membuat grup chat yang dapat diisi hingga 100 orang. Grup tersebut berguna untuk berbagi informasi maupun promosi kepada pelanggan. Sehingga pebisnis dapat tetap terhubung dengan pelanggan dengan mudah. Selain itu, grup juga bisa digunakan untuk reseller yang membantu menjualkan produk supaya lebih terkontrol.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Memantau Sistem Pengiriman

Menjalankan bisnis online sudah pasti akan memiliki pelanggan yang tersebar di berbagai wilayah di Indonesia atau bahkan luar negeri. WhatsApp bisa membantu pebisnis dalam melakukan pengiriman barang hanya dengan melalui titik koordinat lokasi yang dikirimkan pelanggan. Pebisnis pun dapat mengoptimalkan biaya operasional dengan memilih rute terpendek saat melacak orang.

d. Cara Efektif Berbisnis Menggunakan WhatsApp

1. Mengumpulkan Kontak Pelanggan

Kunci utama memasarkan produk melalui WhatsApp Marketing yaitu dengan mengumpulkan kontak dari calon pelanggan. Kontak pelanggan tersebut bisa didapatkan melalui sosial media seperti Instagram, Twitter, atau Facebook.

2. Meminta Calon Pelanggan Menyimpan Nomor Pebisnis

Apabila sudah memiliki nomor calon pelanggan, kini giliran pebisnis yang meminta untuk nomornya di simpan. Pebisnis dapat mengirimkan pesan broadcast atau membuat grup jika calon pelanggan menyimpan nomornya. Pesan broadcast tidak akan masuk jika calon pelanggan tidak menyimpan nomor tersebut.

3. Buat Pesona Merk Yang Menarik Untuk Diri Sendiri

Whatsapp adalah aplikasi perpesanan sosial yang digunakan orang untuk menjangkau keluarga dan teman mereka. Strategi penting untuk menggunakan Whatsapp marketing untuk bisnis Anda adalah

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mempromosikan bisnis Anda dengan menyesuaikan dan membuat persona merek yang menarik. Dengan cara ini, bisnis Anda akan lebih mudah untuk terlibat dengan pelanggan di WhatsApp. Ini akan membantu dalam membangun kepercayaan dan akan menghasilkan keuntungan untuk bisnis Anda juga.

4. Tawarkan Konten Yang Relevan Kepada Pelanggan

Broadcast merupakan fitur untuk membagikan pesan ke beberapa orang sekaligus. Pesan broadcast ini dapat berupa informasi dan promosi produk yang akan dijual. Membagikan pesan ini perlu dilakukan secara rutin namun tidak harus setiap hari, misalnya dapat dilakukan selama 2 kali dalam seminggu. Whatsapp telah memiliki keterlibatan pengguna yang lebih tinggi daripada Facebook. Ini sepertinya menjadi peluang besar sekaligus. Tetapi mengirim pesan terus menerus dengan penawaran yang tidak relevan tidak akan membuahkan hasil dan akan mengganggu target konsumen.

5. Berinteraksi Melalui Grup

Bergabung dalam suatu grup dapat menjadi langkah awal pebisnis untuk melakukan promosi. Ada baiknya jika pebisnis perlu mengenal anggota grup terlebih dahulu agar tidak ada yang merasa terganggu atau tidak nyaman. Untuk mengenal anggota grup memang membutuhkan waktu namun setelah itu pebisnis bisa mencoba mempromosikan produk secara bertahap. Bergabung di grup juga dapat membantu pebisnis mendapatkan calon pelanggan baru dengan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mudah. Selanjutnya mempromosikan produk dapat dilakukan melalui jawatan pribadi supaya anggota grup yang lain tidak terganggu.

6. Membalas Chat Dengan Cepat

Menyediakan layanan pelanggan real-time adalah mungkin bisa menjadi hal mahal bagi bisnis kecil dan UMKM. Tetapi dengan WhatsApp, Anda dan staf perusahaan Anda dapat menjawab setiap pertanyaan yang ditanyakan oleh pelanggan Anda. Pastikan Anda memiliki sumber daya yang cukup untuk menangani permintaan dan chat pelanggan. Tunjuk orang yang berdedikasi untuk ini dan pastikan kinerja diukur.

7. Konsisten Dalam Mempromosikan Produk

Konsisten dalam memasarkan produk sangat diperlukan untuk memperoleh keuntungan yang melimpah. Jika pebisnis mencoba memasarkannya melalui WhatsApp tentu saja konsisten menjadi kuncinya. Pebisnis perlu sesekali berinteraksi dengan calon pelanggan dengan bergabung di grup atau hanya sekadar mengirimkan pesan broadcast untuk mempromosikan produk.

8. Grup Untuk Reseller

Jika ingin mendapatkan penghasilan tambahan, menerima reseller untuk menjual kembali produk yang sedang dipasarkan. Pebisnis dapat mengarahkan reseller di dalam satu grup kemudian membinanya agar lebih mahir menjual produk-produk tersebut. Fokuslah untuk mengajarkan member reseller pada pengembangan kemampuan dalam menjual produknya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dengan begitu, pebisnis bisa mendapatkan keuntungan lebih jika reseller sudah ahli dalam berjualan. Untuk member reseller sendiri bisa dari pelanggan yang ingin mencoba berbisnis dan tertarik dengan produk tersebut.

e. Fitur WhatsApp

1. Mengirim pesan teks
2. Mengirim foto dari galeri ataupun dari kamera
3. Mengirim video
4. Mengirim berkas-berkas kantor atau yang lainnya
5. Menelepon melalui suara, termasuk mengirim pesan suara yang dapat didengarkan oleh peneriman setiap saat
6. Berbagi lokasi memanfaatkan GPS
7. Mengirimkan kartu kontak
8. WhatsApp juga mendukung emoji dan stiker
9. Dapat mengubah nomor akun dan melakukan pembayaran
10. Pengguna WhatsApp dapat mengatur panel profilnya sendiri yang terdiri dari nama, foto, status serta beberapa alat pengaturan privasi untuk melindungi profil dan juga alat bantuan untuk membackup pesan.

2. Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi sosial yang populer dalam kalangan pengguna telepon pintar (Smartphone). Nama Instagram diambil dari kata “Insta” yang asalnya Instan dan “gram” dari kata

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

telegram.¹⁷ Jadi Instagram merupakan gabungan dari kata Instan-Telegram. Dari penggunaan kata tersebut dapat diartikan sebagai aplikasi untuk mengirimkan informasi dengan cepat, yakni dalam bentuk foto yang berupa mengelola foto, mengedit foto, dan berbagi (Share) ke jejaring sosial yang lain.

Instagram merupakan situs jejaring sosial yang memungkinkan pengguna untuk terhubung dengan mengundang teman atau kolega yang memiliki akses untuk mengunjungi profil mereka. Instagram sendiri adalah salah satu jenis media sosial yang berfokus pada tampilan foto instan sebagai cara untuk memberikan informasi kepada orang lain dengan cepat. Sistem sosial pada media sosial Instagram adalah dengan menjadi followers akun pengguna, atau memiliki followers Instagram. Sehingga timbul komunikasi, dan dapat saling berinteraksi dengan memberikan tanda suka, ataupun memberikan komentar melalui foto maupun video yang telah diunggah oleh pengguna lainnya. Untuk menggunakan Instagram sebagai sarana promosi, sangatlah dianjurkan karena sifatnya yang langsung dan juga cepat dalam menyampaikan informasi.¹⁸

Instagram mempunyai 5 menu utama yaitu sebagai berikut:

1. Home Page

Home page merupakan halaman utama yang berisi foto atau video dari pengguna lain yang telah diikuti. Cara melihatnya dengan menggeser layar ke arah dan bawah.

¹⁷ Miliza Ghazali, *Buat Duit Dengan Facebook dan Instagram : Panduan Menjana Pendapatan dengan Facebook dan Instagram*, (Malaysia: Publishing House, 2016), Halaman 8.

¹⁸ Laraswati, Nuty. *"Social Media Mastery"*. Jakarta: Alfabeta. (2015). Halaman 43

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Coment Photo atau Video

Comments Foto ataupun video yang sudah diunggah dalam Instagram dapat dikomentari oleh pengguna lain dalam kolom komentar yang tersedia.

3. Explore

Explore yaitu kumpulan foto atau video populer yang mendapatkan banyak like.

4. Profil Informasi

Profil Informasi pengguna dapat diketahui melalui profil.

5. News Feed

News Feed merupakan fitur berisikan notifikasi atas berbagai kegiatan yang dilakukan pengguna Instagram.¹⁹

Fitur dasar Instagram yang digunakan untuk meningkatkan usaha pemasaran atau promosi yaitu:

1. Followers (pengikut)

Instagram memiliki sistem pengikut, dimana sebuah akun dapat memiliki pengikut maupun menjadi pengikut (mengikuti) pengguna akun lainnya. Dengan adanya pengikut akan terjalin komunikasi antar sesama pengguna Instagram jika mengunggah foto/video. Pengguna lainnya dapat merespon dengan like ataupun komentar. Jumlah like dan komentar dapat menjadikan foto/video menjadi populer.

2. Upload Foto

Mengunggah dan berbagi foto atau video merupakan fungsi utama dari Instagram. Foto atau video yang

¹⁹ Atmoko. “*Media Sosial*”. (Bandung: Simbiosis Rekatama Media). (2012). Halaman 28

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

diunggah didapatkan melalui kamera langsung ataupun yang sudah tersimpan di dalam galeri foto sebuah device.

3. Efek Foto

Instagram hanya memiliki efek yang dapat digunakan untuk menyunting foto sesuai keinginan pengguna.

4. Caption

Caption adalah tulisan atau keterangan yang berkaitan dengan foto atau video yang kita unggah. Jika pengguna menulis keterangan yang menarik, pengguna akan menarik minat followers untuk membaca keseluruhan isi keterangan atau caption tersebut.²⁰ Caption sangat penting digunakan untuk menjelaskan lebih detail mengenai produk seperti nama produk, harga, program diskon, serta dimana audiens dapat membaca informasi lebih lanjut.²¹

5. Like

Instagram memiliki fitur untuk merespon sebuah foto atau video. Pengguna lain yang melihat foto dan video dapat mengungkapkan rasa suka terhadap post tersebut melalui tombol tanda suka (like)

6. Komen

Selain like, pengguna juga dapat memberikan komen terhadap foto/video yang diunggah dan berinteraksi untuk membicarakan pendapat terkait foto dan video tersebut.

7. Share

²⁰ Diamond, Stephani. "The Visual Marketing Revolution 2.0 Kiat Sukses Pemasaran Di Media Sosial. Jakarta. PT. Serambi Ilmu Semesta. (2015).

²¹ Miles, J.G. *Instagram Power: Built Your Brand and Reach More Customers With The Power Of Picture*. McGraw-Hill Education. (2014).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pengguna dapat membagikan foto atau video seseorang untuk dilihat oleh orang lain yang diikuti pengguna tersebut.

8. Hashtag

Hashtag biasanya didahului dengan “#” sebelum sebuah/beberapa kata tanpa spasi. Hashtag memungkinkan pengkategorian sederhana pada suatu gambar yang diposting. Semua orang dapat membuat hashtag nya sendiri. Hashtag juga memungkinkan untuk memperluas jangkauan suatu foto/postingan melampaui daftar followers. Hashtag adalah ketentuan yang diatur oleh komunitas itu sendiri untuk menambahkan tambahan konteks dan metadata dalam suatu postingan media sosial agar konteks/topik ini dapat dikategorikan dan ditemukan dengan mudah oleh subjek lain yang bersangkutan. Memunculkan hashtag dapat membantu memperluas jangkauan media sosial diluar dari followers yang telah mengikuti akun media sosial kita. PT Selatour Pekanbaru ini juga menggunakan hashtag pada postingan yang mereka bagikan agar bisa memperluas jangkauan followers. Hashtag atau tanda pagar pada instagram memudahkan pengguna untuk mengelompokkan foto/video yang diunggah agar pengguna yang lain dapat dengan mudah menemukan foto/video yang sesuai dengan tema atau gambar yang diinginkan. Contohnya PT. Selatour Pekanbaru membuat hashtag #umroh #umroh2018 #umrohpekanbaru dilaman Instagram tersebut.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

9. Description

Kolom description pada profil intagram dimaksudkan untuk memberikan orang umum untuk mengetahui secara singkat siapa anda. Uraian pada kolom description harus ditulis dengan baik dan jelas sehingga mampu menarik orang yang melihat akun untuk mengunjungi website yang telah dibuat oleh perusahaan tersebut. Keterangan atau deskripsi gambar ini adalah merupakan pesan tertulis utama yang akan dibaca oleh audiens yang tertarik pada perusahaan tersebut. Kolom description PT Selatour Pekanbaru ini menggunakan logo perusahaannya, tautan kesitus web perusahaan, akun media sosial yang digunakan, lokasi perusahaan dan kontak person perusahaan.

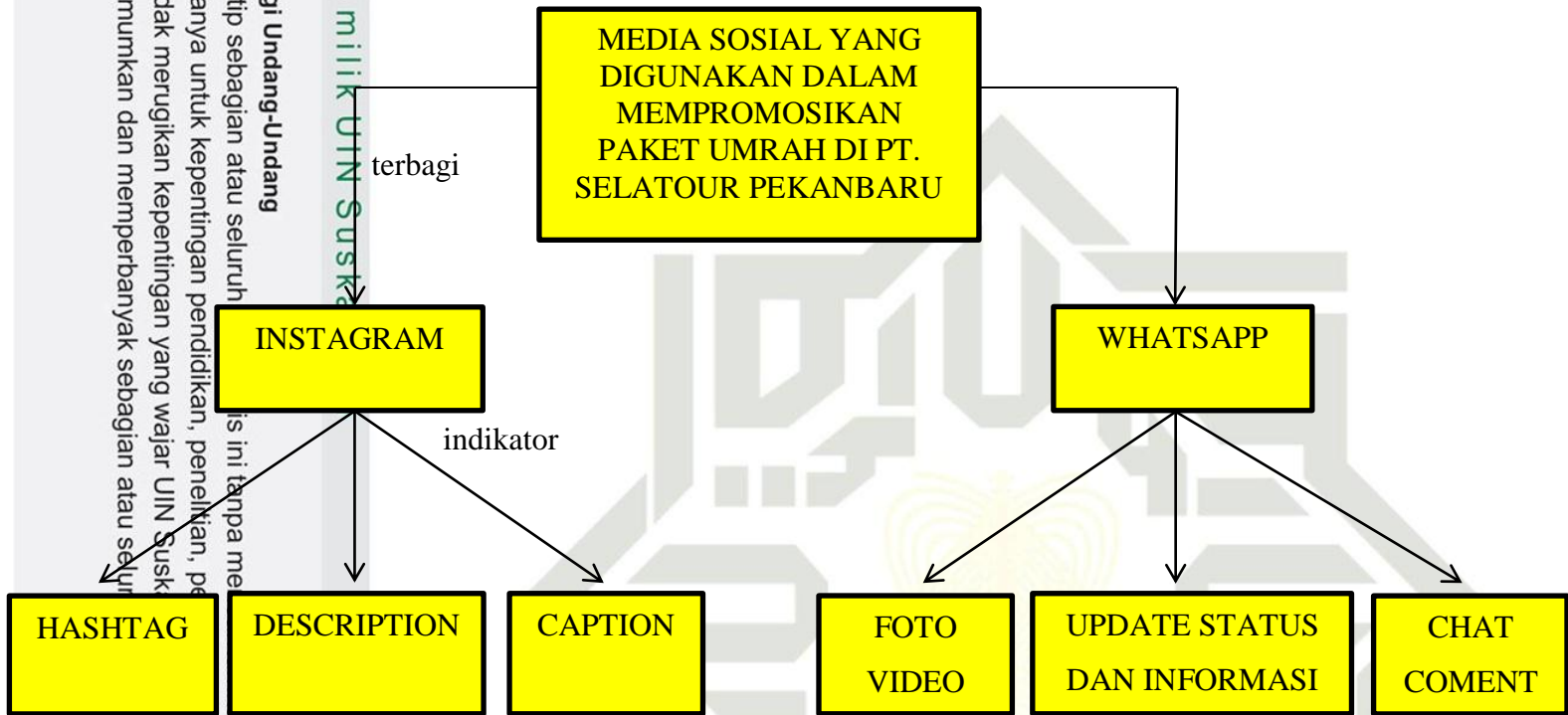
Fitur yang digunakan penulis pada media sosial Instagram ini yaitu Hashtag, Description dan Caption. Karena bagi penulis ketiga fitur tersebut dapat menjadi media promsi paket umrah di PT. Selatour ini.

Kerangka Pemikiran

Kerangka pikir merupakan uraian atau pernyataan mengenai kerangka konsep pemecahan masalah yang telah diidentifikasi atau dirumuskan.²² Kerangka pikir juga diartikan sebagai penjelasan sementara terhadap gejala yang menjadi objek permasalahan. Disamping itu, ada pula yang berpendapat bahwa Kerangka pikir adalah model konseptual tentang bagaimana teori

²² Adnan Mahdi, Mujahidin. "Panduan Penelitian Praktis untuk Menyusun Skripsi, Tesis dan Disertasi". Bandung: Alfabeta. (2014). Halaman 85

berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting.²³



²³ Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*.

Bandung: Alfabeta. (2013). Halaman 60

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan metode pendekatan penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang bertujuan mendeskripsikan realitas sosial yang menekankan pada pentingnya pengalaman subjektif individu dalam menciptakan dunia sosial yang didasarkan pada penyusunan suatu gambaran yang kompleks dan menyeluruh menurut pandangan yang rinci dari para informan serta dilaksanakan ditengah setting alamiah.²⁴ Alasan digunakan jenis penelitian ini adalah karena penelitian ini ingin lebih memahami secara lebih mendalam mengenai Penggunaan Media Sosial Dalam Mempromosikan Paket Umrah di PT. Selatour Pekanbaru.

B. Waktu dan Lokasi Penelitian

Dalam sebuah penelitian ilmiah lokasi dan waktu penelitian menjadi modal utama sebagai sasaran bahan kajian. Sehingga, penulis dapat membuat batasan terhadap permasalahan yang akan diteliti serta untuk mengakuratkan fakta yang ada dilapangan. Adapun lokasi Penelitian ini dilaksanakan di PT. Selatour Pekanbaru. Penelitian ini dilakukan setelah proposal ini diseminarkan.

Sumber Data Penelitian

Dalam sebuah kajian penelitian perlu sumber data yang akurat dan faktual. Hal tersebut barulah dapat dikatakan bahwa penelitian itu benar-benar dilakukan. Oleh sebab itu, sumber data merupakan salah satu hal utama dan hal terpenting dalam sebuah penelitian.

²⁴ Fattah Hanurawan. *Metode Penelitian Kualitatif untuk Ilmu Psikologi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. (2016). Halaman 25

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumpulkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Oleh sebab itu, diperlukan sumber data dalam penelitian. Sehingga, penulis perlu melakukan sasaran subjek sebagai sumber data. Dengan demikian, penelitian dapat dilaksanakan. Ada dua macam sumber data yang penulis ambil sebagaimana dalam penelitian-penelitian kualitatif yaitu data primer dan data sekunder. Adapun sumber data tersebut sebagai berikut:

1. Data Primer

Data primer yaitu data utama yang langsung diperoleh dari sumber utama.²⁵ Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan penulis berasal dari informan yang penulis pilih yaitu Admin Haji Dan Umrah yang bernama Dwiki. Divisi Haji Dan Umrah yang bernama Nanda serta Hendra Sikumbang sebagai Keluarga Owner.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang secara tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data (peneliti) seperti data yang diperoleh dari lokasi penelitian atau instansi terkait berbentuk laporan-laporan, buku-buku, jurnal-jurnal dan naskah-naskah serta hal yang terkait dengan informasi permasalahan penelitian yang sedang diteliti yaitu mengenai Penggunaan Media Sosial Dalam Mempromosikan Paket Umrah di PT. Selatour Pekanbaru.

D. Informan Penelitian

Informan penelitian adalah subjek yang memahami informasi objek penelitian sebagai pelaku maupun orang lain yang memahami objek penelitian. Subjek dalam penelitian ini diantaranya adalah Dwiki selaku admin umrah. Alasan penulis memilih Dwiki sebagai informan adalah untuk mendapatkan data yang berkaitan dengan penelitian ini. Alasan penulis memilih Hendra Sikumbang sebagai informan adalah untuk memberikan

²⁵ Amiruddin & Zainal Asikin. *Pengantar Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: Rajawali Pers. (2010) Halaman 30

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

penjelas terkait tentang strategi pemasaran melalui media sosial ini. Alasan penulis memilih Nanda sebagai informan yaitu untuk memberikan informasi terkait perusahaan, strategi pemasaran, dan hal-hal yang berkaitan dengan penelitian.

E Teknik Pengumpulan Data

Dalam sebuah penelitian perlu juga memilih teknik dan alat pengumpulan data yang relevan guna untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan. teknik pengumpulan data adalah cara-cara yang ditempuh dan alat-alat yang digunakan penulis didalam mengumpulkan datanya. Dalam penelitian ini penulis menggunakan beberapa teknik pengumpulan data diantaranya:

1. Observasi

Observasi adalah pengumpulan data dengan melakukan pencatatan secara sistematis kejadian-kejadian, perilaku, objek-objek yang dilihat dan hal-hal lain yang diperlukan dalam mendukung penelitian. Alasan peneliti melakukan observasi adalah untuk menyajikan gambaran realistik perilaku atau kejadian tentang Penggunaan Media Sosial Dalam Mempromosikan Paket Umrah di PT. Selatour Pekanbaru. Disertai juga untuk evaluasi yaitu untuk melakukan pengukuran terhadap aspek tertentu melakukan umpan balik terhadap pengukuran tersebut.²⁶

2. Wawancara

Wawancara merupakan alat rechecking atau pembuktian terhadap informasi atau keterangan yang diperoleh sebelumnya. Proses wawancara yang dilakukan penulis untuk mendapatkan data dari

²⁶ Hamid Darmadi. *Metode Penelitian Pendidikan dan Sosial*. Bandung: Alfabeta. (2013).
Halaman 290

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

informan yang telah disebutkan sebelumnya tentang Penggunaan Media Sosial Dalam Mempromosikan Paket Umrah di PT. Selatour Pekanbaru dilakukan secara langsung.

Dalam melakukan wawancara penulis mengajukan pertanyaan kepada informan, berhubungan dengan materi penelitian yaitu mengenai Penggunaan Media Sosial di PT Selatour ini. Tujuan dari wawancara ini untuk memperoleh keterangan dengan cara tanya jawab terhadap Penggunaan Media Sosial Dalam Mempromosikan Paket Umrah di PT. Selatour Pekanbaru sambil bertatap muka antara pewawancara dengan informan.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah sumber data yang digunakan untuk melengkapi penelitian, baik berupa sumber tertulis, dokumen dan naskah-naskah, hal ini untuk memberikan informasi bagi proses penelitian.²⁷ Teknik pengumpulan data ini dengan cara mengumpulkan data atau informasi secara tertulis melalui dokumen, naskah-naskah, media sosial yang sesuai dengan penelitian yang dilakukan di PT. Selatour Pekanbaru. Dokumentasi, pada teknik ini penulis melakukan pengambilan beberapa foto dan video di PT. Selatour Pekanbaru yang menjadi studi kasus dalam penelitian.

4. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan adalah mencari literatur-literatur yang mendukung dalam penelitian. Oleh sebab itu, penulis memakai studi kepustakaan dalam mengkaji literatur atau buku-buku yang berkaitan dengan masalah yang dibahas yaitu mengenai Penggunaan Media Sosial Dalam Mempromosikan Paket Umrah di PT. Selatour

²⁷ Imam Gunawan. *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta. (2011) Halaman 63

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pekanbaru untuk dapat menjadi bahan bacaan sebagai pendukung teori penelitian ini.

Validasi Data

Validitas adalah suatu alat ukur yang harus memenuhi dua syarat utama, yaitu harus valid dan dapat dipercaya.²⁸ Dalam penelitian kualitatif, data dapat dinyatakan valid apabila tidak ada perbedaan antara yang dilaporkan penulis dengan apa yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Salah satu metode yang digunakan tersebut adalah metode triangulasi. Sehingga untuk menguji validitas penelitian ini maka penulis menggunakan alat uji triangulasi. Dalam teori Denzin (1978), ia telah menerangkan empat tipe dasar triangulasi, yaitu sebagai berikut:

1. Triangulasi data adalah menggali kebenaran informasi tertentu melalui berbagai metode dan sumber perolehan data. Teknik triangulasi sumber data menggunakan satu jenis sumber data misalnya informan. Teknik triangulasi sumber data dapat pula dilakukan dengan menggali informasi dari sumber-sumber data yang berbeda jenisnya. Model penelitian triangulasi data yang mengarahkan penulis dalam mengambil data harus menggunakan beragam sumber data yang berbeda-beda. Artinya data yang sama atau sejenis akan lebih mantap kebenarannya apabila digali dari beberapa sumber data yang berbeda.
2. Triangulasi investigator adalah penggunaan beberapa evaluator atau ilmuwan sosial yang berbeda. Triangulasi antar-peneliti dilakukan dengan cara menggunakan lebih dari satu orang dalam pengumpulan dan analisis data. Pelibatan beberapa peneliti berbeda dalam proses analisis. Teknik ini dilakukan memperkaya pengetahuan mengenai informasi yang digali dari subjek penelitian.²⁹

²⁸ S. Nasution. *Metode Research*. Jakarta: Bumi Aksara. (2016). Halaman 74.

²⁹ Warul Walidin, Dkk, *Metodologi Penelitian Kualitatif & Grounded Theory*, 143

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Triangulasi teori adalah penggunaan sudut pandang ganda dalam menafsirkan seperangkat tunggal data. Hasil akhir penelitian kualitatif berupa sebuah rumusan informasi atau *thesis statement*. Informasi tersebut selanjutnya dibandingkan dengan perspektif teori yang relevan untuk menghindari bias individual penulis atas temuan atau kesimpulan yang dihasilkan. Selain itu, triangulasi teori dapat meningkatkan kedalaman pemahaman asalkan peneliti mampu menggali pengetahuan teoritik secara mendalam atas hasil analisis data yang telah diperoleh.
4. Triangulasi metodologis adalah penggunaan metode ganda untuk mengkaji masalah atau program tunggal, seperti wawancara, pengamatan, daftar pertanyaan terstruktur dan dokumen.³⁰ Untuk memperoleh kebenaran informasi yang handal dan gambaran yang utuh mengenai informasi tertentu, peneliti bisa menggunakan metode wawancara bebas dan wawancara terstruktur. Atau peneliti menggunakan wawancara dan observasi atau pengamatan untuk mengecek kebenarannya.

G Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian merupakan suatu kegiatan yang sangat penting dan memerlukan ketelitian serta kekritisian dari peneliti.³¹ Menurut Miles dan Huberman yang dikutip oleh Emzir, ada tiga macam kegiatan dalam analisis data kualitatif, yaitu:

1. Reduksi Data

Reduksi data merujuk pada proses pemilihan, pemokusan, penyederhanaan, abstraksi, dan pentransformasian data mentah yang

³⁰ Michael Quinn Patton. *Metode Evaluasi Kualitatif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. (2009).
Halaman 99

³¹ Nurul Zuriah. *Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan*. Jakarta: PT Bumi Aksara. (2007).
Halaman 198

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

terjadi dalam catatan-catatan lapangan tertulis. Sebagaimana kita ketahui, reduksi data terjadi secara kontiniu melalui kehidupan suatu proyek yang diorientasikan secara kualitatif.

Langkah-langkah yang dilakukan adalah menajamkan analisis, menggolongkan atau pengkategorisasikan kedalam tiap permasalahan melalui uraian singkat, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengorganisasikan data sehingga dapat ditarik dan diverifikasi. Data yang direduksi antara lain seluruh data mengenai permasalahan penelitian yaitu data yang terkait dengan Penggunaan Media Sosial Dalam Mempromosikan Paket Umrah di PT. Selatour Pekanbaru.³²

2. Model Data

Langkah kedua dari kegiatan analisis data adalah model data. Model didefinisikan sebagai suatu kumpulan informasi yang tersusun yang membolehkan pendeskripsian kesimpulan dan pengambilan tindakan. Melihat sebuah tayangan membantu kita memahami apa yang terjadi dan melakukan sesuatu analisis lanjutan atau tindakan didasarkan pada pemahaman tersebut.

3. Penarikan atau Verifikasi Kesimpulan

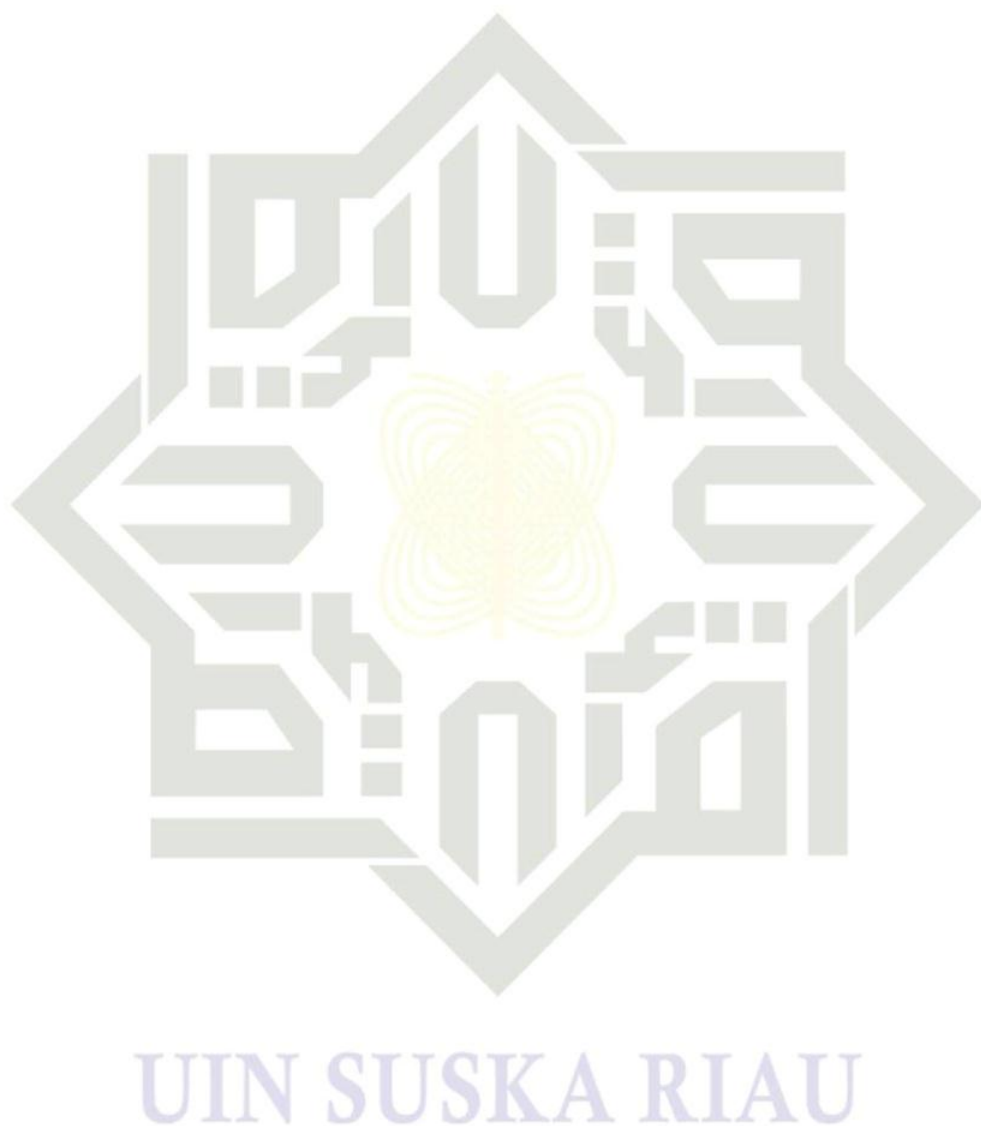
Dari permulaan pengumpulan data, peneliti kualitatif mulai memutuskan apakah makna sesuatu, mencatat keteraturan, pola-pola, penjelasan, konfigurasi yang mungkin, alur kausal, dan proposisi-proposisi. Kesimpulan akhir mungkin tidak terjadi hingga pengumpulan data selesai, tergantung pada ukuran dari catatan lapangan, pengkodean, penyimpanan, dan metode-metode perbaikan yang digunakan, pengalaman peneliti, dan tuntutan dari penyandang

³² Etta Mamang Sangaji, dkk. *Metodologi Penelitian-Pendekatan Praktis dalam Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi. (2010). Halaman 199

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dana, tetapi kesimpulan sering digambarkan sejak awal, bahkan ketika seorang peneliti menyatakan telah memproses secara induktif.³³



³³ Emzir. *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data*. Jakarta: Rajawali Pers. (2010). Halaman 129-133.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV

GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

A. Sejarah Perusahaan

PT. Sela Express Tour (Selatour) merupakan perusahaan yang didirikan oleh Yunamarsyah Mathure dan Hj. Darhelmiwati. Kantor pusat Selatour ini terletak di Jl. Soekarno Hatta No1 B, Pekanbaru serta memiliki cabang di berbagai daerah seperti Padang, Sei Penuh, Payakumbuh, Bukittinggi, Palembang dan Solo.

PT. Sela Express Tour (Selatour) adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang travel Umroh dan Haji Khusus. Perusahaan ini bukan satu-satunya atau yang pertama dalam bidang travel Umroh dan Haji Khusus, tetapi banyak perusahaan lain yang sama dan sejenis. Yang menjadi beda dengan lainnya bahwa Selatour adalah travel haji dan umroh yang sangat disiplin dalam pelaksanaannya sesuai sunnah serta menyelenggarakan kajian sunnah/ majelis ilmu syar'i selama umroh dan mendapatkan izin haji dan umrah dari Kemenag. PT. Sela Express Tour (Selatour) berkomitmen membimbing ibadah sesuai sunnah dengan pembimbing yang berpengalaman, dan memberikan kualitas pelayanan yang prima dengan dukungan tenaga yang profesional dan amanah.³⁴

B. Logo Perusahaan



Gambar 4.1 Logo PT. Sela Express Tour

³⁴ Hasil Wawancara dengan bang Hendra Sikumbang selaku Keluarga Owner pada tanggal 20 Maret 2021 jam 13.10 WIB di PT. Sela Express Tour.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Profil Perusahaan

Adapun profil dari PT. Selatour sebagai berikut:

Nama Perusahaan	: PT. Sela Express Tour (Selatour)
Nama Penanggung Jawab	: Yunamarsyah Mathure
Alamat Perusahaan	: Jl. Soekarno Hatta No.1 B Pekanbaru
Phone/Telp	: +628127604060/ 0761-589964
Email	: selatourpku@yahoo.com
Website	: www.selatour.com
Instagram	: selatour.pekanbaru
Nomor Izin Haji	: 16/2018
Nomor Izin Umrah	: 118/2018

D. Kelebihan Perusahaan

Kelebihan di PT. Sela Express Tour (Selatour) ini antara lain yaitu:

1. Selatour adalah travel Haji dan Umrah resmi berizin dari Kementerian Agama.
2. Pesawat yang digunakan Saudi Airline atau maskapai lainnya dengan rute Pekanbaru-Jakarta langsung ke Madinah, sehingga tidak ada jalan darat dari Jeddah ke Madinah yang biasanya menyita waktu 6 jam perjalanan dengan bus.
3. Berangkat sesuai dengan jadwal dan tidak ada tambahan biaya lainnya, semua biaya sudah termasuk dalam paket.
4. Setiap rombongan dibimbing sejak manasik sampai kembali ke tanah air oleh ustadz yang mengikuti Sunnah.
5. Selama umrah mengikuti kajian Sunnah/majelis ilmu syar'i.
6. Pelayanan datang ke alamat untuk memberikan penjelasan.
7. Dikelola oleh manajemen profesional, kekeluargaan serta amanah.

E. Visi dan Misi Perusahaan

1. Visi Perusahaan

Adapun Visi PT. Sela Express Tour (Selatour) ini adalah:

- a) Menjadi penyelenggara Haji Khusus dan Umrah dengan pelayanan prima dan memberikan pendidikan serta pengembangan dakwah sunnah di bidang haji dan umrah dengan bimbingan ibadah sesuai Al-qur'an dan Sunnah.
- b) Memberikan pelayanan Tour & Travel dengan kualitas pelayanan terbaik yang dapat memberikan kontribusi nyata bagi masyarakat dan lingkungan sekitarnya dengan mengutamakan kepuasan jamaah.

2. Misi Perusahaan

Adapun Misi PT. Sela Express Tour ini yaitu menjadi pilihan bagi masyarakat untuk melaksanakan ibadah haji dan umrah sesuai sunnah serta berperan secara aktif dalam pengembangan dakwah sunnah untuk mencapai haji dan umrah yang mabrur.³⁵

F. Struktur Organisasi

Struktur organisasi adalah sebuah garis hirarki atau bertingkat yang mendeskripsikan komponen-komponen yang menyusun perusahaan. Dimana setiap individu memiliki posisi dan fungsinya masing-masing. Di dalam perusahaan, struktur organisasi sangat penting untuk dibuat. Ini menandakan bahwa perusahaan tersebut merupakan perusahaan yang aktif dan memiliki peran yang jelas. Perusahaan dengan struktur organisasi yang tertera sesuai kebutuhan perusahaan tentunya akan membuat perusahaan lebih produktif dalam mengembangkan bisnis. Hal terpenting dalam menyusun struktur

³⁵ Hasil wawancara dengan Bang Nanda selaku Devisi Haji dan Umrah pada tanggal 30 Maret 2021 jam 12.10 WIB di PT. Selatour Pekanbaru

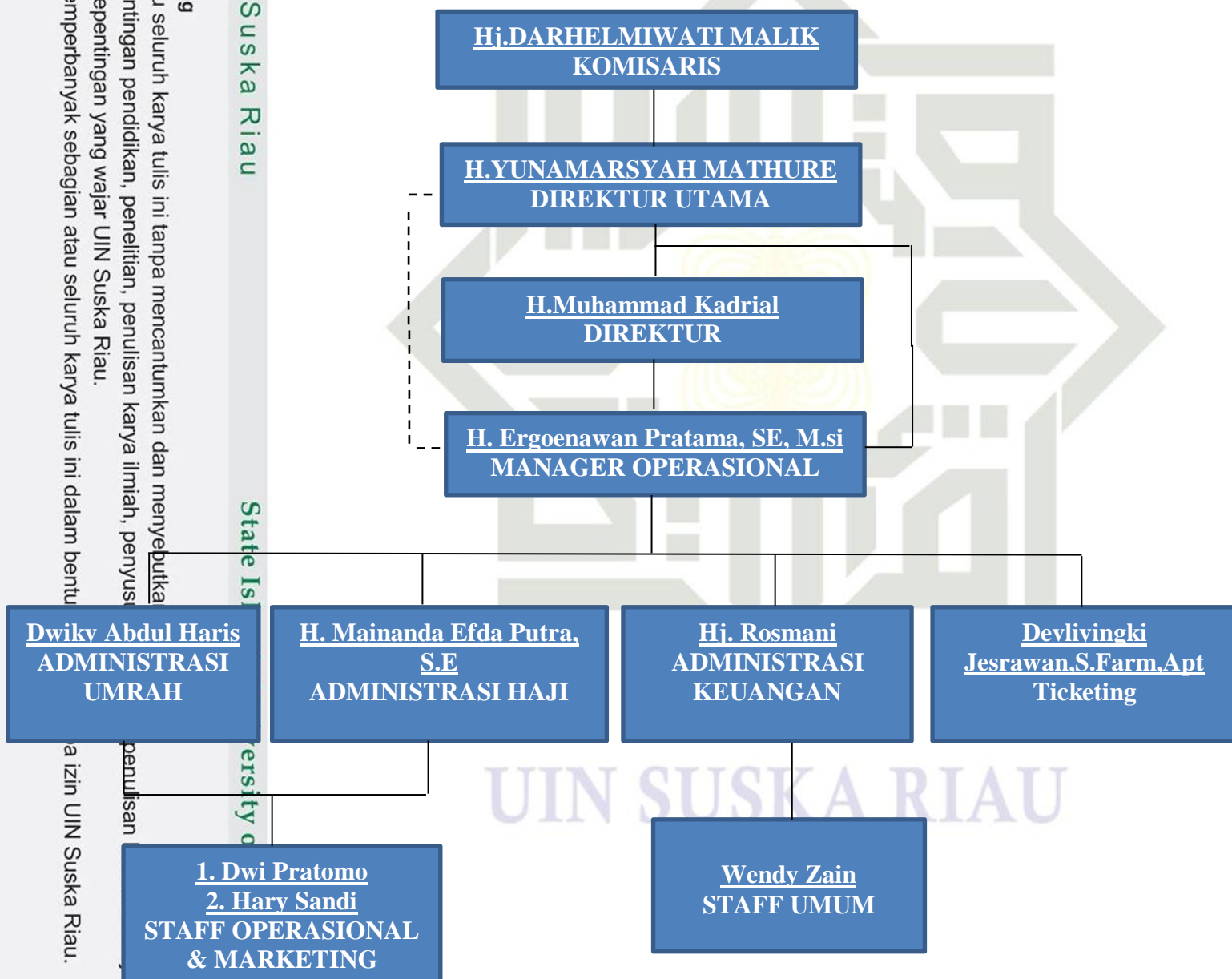
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan artikel atau buku dan sebagainya.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

organisasi yang baik di PT. Sela Express Tour ini adalah kejelasan tugas, tanggungjawab, dan wewenang masing-masing unit kerja yang jelas serta hubungan koordinasi masing-masing bagian atau unit kerja dan antar bagian yang harus jelas.

STRUKTUR ORGANISASI

PT. Sela Express Tour (Selatour)



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Berdasarkan gambar diatas, secara singkat mengenai tugas dan wewenang dari masing-masing bagian yang terdapat dalam struktur organisasi adalah:

1. Komisaris

Komisaris merupakan jabatan tertinggi dalam perusahaan dan bisa juga sebagai pemilik perusahaan/pemilik saham, bekerjasama dengan Direksi dan bertanggungjawab atas kemajuan serta membawahi bawahan secara efektif.

Wewenang Komisaris ini yaitu:

- a) Mengawasi jalannya perusahaan secara berkala serta mempunyai kewajiban untuk mengevaluasi tentang hasil yang diperoleh perusahaan.
- b) Menentukan siapa yang menjadi Direktur.
- c) Bertanggung jawab jika terjadi kerugian perusahaan akibat kelalaiannya.
- d) Mengawasi jalannya perusahaan secara berkala serta mempunyai kewajiban untuk mengevaluasi tentang hasil yang diperoleh perusahaan.
- e) Menyetujui planning yang akan di ajukan oleh Direktur.
- f) Memberikan masukan-masukan yang berguna bagi perusahaan

2. Direktur Utama

Tugas Direktur Utama Perusahaan adalah sebagai koordinator, komunikator, pegambil keputusan, pemimpin, pengelola dan eksekutor dalam menjalankan dan memimpin perusahaan Perseroan Terbatas (PT).

Wewenang Direktur Utama yaitu:

- a) Memutuskan dan menentukan peraturan dan kebijakan tertinggi perusahaan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b) Bertanggung jawab dalam memimpin dan menjalankan perusahaan.
- c) Bertanggungjawab atas kerugian yang dihadapi perusahaan termasuk juga keuntungan perusahaan.
- d) Merencanakan serta mengembangkan sumber-sumber pendapatan dan pembelanjaan kekayaan perusahaan.

3. Direktur

Dalam perusahaan direktur adalah orang yang berhak atas sesuatu yang berkaitan dengan kegiatan perusahaan.

Wewenang Direktur yaitu:

- a) Menentukan dan mengkoordinasikan serta mengawasi semua kegiatan perusahaan.
- b) Mengadakan hubungan relasi.
- c) Menyampaikan laporan kepada pemegang saham.
- d) Meningkatkan performance perusahaan.

4. Manager Operasional

Adapun tugas manajer operasional dalam perusahaan yaitu bertanggung jawab untuk memastikan organisasi berjalan sebaik mungkin dalam memberikan pelayanan dan memenuhi harapan para pelanggan.

Wewenang Manager Operasional yaitu:

- a) Mengelola dan meningkatkan efektifitas dan efisiensi operasi perusahaan.
- b) Mengawasi produksi barang atau penyedia jasa (perusahaan jasa).
- c) Mengawasi persediaan, distribusi barang dan tata letak fasilitas operasional.
- d) Meningkatkan sistem operasional.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5. Administrasi Umrah

Tugas Administrasi Umrah adalah mengatur semua tentang prosedur pendaftaran calon jamaah serta biaya keberangkatan calon jamaah umrah.

6. Administrasi Haji

Tugas Administrasi Haji adalah mengatur semua prosedur pendaftaran calon jamaah serta biaya keberangkatan calon jamaah haji khusus.

7. Administrasi Keuangan

Administrasi keuangan adalah salah satu unsur terpenting dalam suatu bisnis, karena ia berhubungan erat dengan sumber daya dari suatu perusahaan atau organisasi. Adapun tugas Administrasi Keuangan pada perusahaan adalah menyusun anggaran belanja, menentukan sumber biaya dan cara penggunaannya, serta membuat pembukuan tentang semua hal yang berkaitan dengan proses pembiayaan dan pengeluaran keuangan agar penggunaan biaya dapat efektif dan efisien.

8. Ticketing

Wewenang bagian Ticketing ini yaitu:

- a) Bertanggung jawab atas segala sesuatu yang berhubungan dengan tiket seperti mengecek status kesediaan tiket maskapai.
- b) Bertanggung jawab atas segala sesuatu yang berhubungan dengan pengurusan jadwal perjalanan konsumen, jumlah peserta, serta mengecek status ketersediaan kamar hotel yang dituju jamaah.
- c) Melakukan pemesanan tiket terhadap maskapai penerbangan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

9. Staff Operasional dan Marketing

Tugas Staff Operasional dan Marketing ini yaitu bertanggung jawab untuk membantu seluruh aktifitas kegiatan operasional perusahaan dan memasarkan paket-paket haji plus maupun umrah.

10. Staff Umum

Staff umum merupakan kelompok staf yang berfungsi membantu pemimpin dalam perencanaan serta melakukan pengawasan dilakukan setiap saat serta memberikan nasihat-nasihat kepada pemimpin baik diminta maupun tidak diminta.

Tugas dari Staff Umum ini adalah menyiapkan segala perlengkapan haji dan umrah seperti :

- a) Koper,
- b) Tas,
- c) Kain Ihram,
- d) Mukena,
- e) Jilbab,
- f) Pakaian seragam,
- g) Buku manasik,
- h) Bimbingan manasik teori maupun praktek
- i) Serta pesawat yang akan digunakan oleh jamaah.³⁶

³⁶ Hasil Wawancara dengan Bang Dwiky selaku Administrasi Umrah Di PT. Selatour Pekanbaru

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Di era globalisasi sekarang ini, teknologi informasi berperan sangat penting. Dengan menguasai teknologi dan informasi, kita memiliki modal yang cukup untuk menjadi pemenang dalam persaingan global. Informasi merupakan modal utama dalam mengembangkan ilmu pengetahuan dan teknologi yang menjadi senjata pokok untuk membangun negara. Maka dapat disimpulkan era teknologi adalah masa dimana produk selalu didaur atau dicipta untuk memenuhi kebutuhan manusia. Keharusan ini dimungkinkan karena manusia pada dasarnya adalah makhluk kreatif sebagai sunnatullah atas rasa, cipta, dan karsa yang diberikan maha pencipta kepadanya. Salah satu teknologi pada zaman sekarang ini yaitu media sosial.

Kehidupan manusia modern saat ini sulit dipisahkan dari perkembangan teknologi digital, salah satunya keberadaan media sosial. Mayoritas masyarakat kita memang sangat up to date terhadap perkembangan yang terjadi baik itu di dunia maya maupun yang ada di dunia nyata. Keberadaan internet sedikit banyak telah mengubah pola interaksi masyarakat. Pola interaksi ini dilakukan tanpa harus dalam satu ruang dan waktu bersamaan. Semakin berkembangnya penggunaan internet dan tingginya kebutuhan untuk berinteraksi menjadikan media sosial menjadi sesuatu yang tidak tertolak terutama bagi semua kalangan khususnya generasi muda. Hal ini yang menjadi alasan PT. Selatour ini dalam mempromosikan paket umrah melalui media sosial khususnya Instagram dan WhatsApp.

Berdasarkan penjelasan diatas tentang PT. Selatour Pekanbaru, maka penulis akan menuangkan dalam sebuah karya tulis ilmiah atau skripsi dengan judul “Penggunaan Media Sosial Sebagai Media Promosi Paket Umrah di PT. Selatour Pekanbaru”. Karena pada masa sekarang ini telah terjadinya covid-19

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang melanda di Indonesia maupun negara luar lainnya. Hal ini berdampak pada perekonomian, pendidikan, pariwisata, kesehatan, bahkan perjalanan haji dan umrah harus dihentikan sementara. Sebelum adanya pandemi ini PT. Selatour Pekanbaru mengadakan sosialisasi tentang kegiatan umrah. Pada masa pandemi atau covid-19 ini jamaah tidak bisa mengadakan pelatihan, kerumunan, pertemuan, kunjungan. Maka dari itu, PT. Selatour Pekanbaru mengambil inisiatif untuk mempromosikan produk atau paket umrah di berbagai media sosial yang berguna agar jamaah mengetahui kegiatan apa saja yang di lakukan oleh PT. Selatour ini.

B. Saran

Adapun saran yang dapat penulis berikan kepada PT. Selatour Pekanbaru yaitu:

1. PT. Selatour hendaknya lebih mengoptimalkan pemakaian media sosial ini sebagai media promosi paket umrah dikarenakan masyarakat sekarang ini banyak menggunakan media sosial untuk mendapatkan informasi.
2. PT. Selatour harus lebih meningkatkan program arahan, bimbingan, pengawasan dan evaluasi kepada Sumber Daya Manusia (SDM) yang bekerja di PT. Selatour ini agar bisa bersaing dengan perusahaan lain.
3. Kepada para jamaah agar senantiasa menunggu keputusan dari Kementerian Agama terkait keberangkatan ke tanah suci.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR PUSTAKA

- Yusufhadi, Miarso. "Menyemai Benih Teknologi Pendidikan". Jakarta. PT. Kencana (2004)
- Pendit, S., Nyoman. *"Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana"*. Jakarta: Pradya Pratama. (1999).
- Ismayanti. *"Pengantar Pariwisata"*. Jakarta: PT Gramedia Widisarana Indonesia. (2010).
- Kasmir. *"Etika Customer Service"*. PT. Raja Grafindo. 2005.
- Nogas, Moede. *"Haji dan Umrah"*. Jakarta: Pustaka Ainun.
- Dipo Khoirul Islami. *"Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Haji dan Umrah (PT. Margi Suci Minarfi Jakarta Pusat", Sripsi Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah)"*. Jakarta. (2014).
- Undang-Undang Republik Indonesia. *"Penyelenggaraan Ibadah Haji, Biro Hukum Dan Kerjasama Luasr Negeri Secretariat Jendral Departemen Agama RI"*. Jakarta. (2008).
- Philip Kotler dan Kevin Keller. *"Manajemen Pemasaran"*. Yogyakarta. PT. Graha Wijaya. (2021).
- Rohmadi. *"Tips Produktif Bersosial Media"*. Jakarta: PT Elek Media Komputindo. (2016).
- Nasrullah. *"Media Sosial"*. (2015). Simbiosis Rekatama Media.
- Rangkuti, F. *"Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication"*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama. (2009).
- McQuail, D. *"Teori Komunikasi Massa"*. Jakarta: Penerbit Erlangga. (2003).
- Zeng, Benxiang Dan Gerritsen, Rolf. *"Perspektif Manajemen Pariwisata Vol 10"*. (2014).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Nasrullah, Rulli. *“Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknolog”*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media. (2015).

Kietzmann, Jan & Hermkens. *“Social Media? Get Serious! Understanding the Functional Building Blocks of Social Media”*. Business Horizons. (2011).

Rangkuti, F. *“Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication”*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama. (2009).

Miliza Ghazali, *Buat Duit Dengan Facebook dan Instagram : Panduan Menjana Pendapatan dengan Facebook dan Instagram*, (Malaysia: Publishing House, 2016).

Laraswaty, Nuty. *“Social Media Mastery”*. Jakarta: Alfabeta. (2015).

Atmoko. *“Media Sosial”*. (Bandung: Simbiosis Rekatama Media). (2012).

Diamond, Stephani. *“The Visual Marketing Revolution 2.0 Kiat Sukses Pemasaran Di Media Sosial*. Jakarta. PT. Serambi Ilmu Semesta. (2015).

Miles, J.G. *Instagram Power: Built Your Brand and Reach More Customers With The Power Of Picture*. McGraw-Hill Education. (2014).

Adnan Mahdi, Mujahidin. *“Panduan Penelitian Praktis untuk Menyusun Skripsi, Tesis dan Disertasi”*. Bandung: Alfabeta. (2014).

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta. (2013).

Fattah Hanurawan. *Metode Penelitian Kualitatif untuk Ilmu Psikologi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. (2016).

Amiruddin & Zainal Asikin. *Pengantar Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: Rajawali Pers. (2010).

Hamid Darmadi. *Metode Penelitian Pendidikan dan Sosial*. Bandung: Alfabeta. (2013).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Imam Gunawan. *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta. (2011).

S. Nasution. *Metode Research*. Jakarta: Bumi Aksara. (2016).

Warul Walidin, Dkk, *Metodologi Penelitian Kualitatif & Grounded Theory*, 143

Michael Quinn Patton. *Metode Evaluasi Kualitatif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. (2009).

Nurul Zuriah. *Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan*. Jakarta: PT Bumi Aksara. (2007).

Etta Mamang Sangaji, dkk. *Metodologi Penelitian-Pendekatan Praktis dalam Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi. (2010).

Emzir. *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data*. Jakarta: Rajawali Pers. (2010).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN



Lampiran 1. Dokumentasi dengan Divisi Haji dan Umrah



Lampiran 2. Dokumentasi Ruang kerja di PT. Selatour

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Lampiran 3. Melakukan Wawancara



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

“PENGUNAAN MEDIA SOSIAL DALAM MEMPROMOSIKAN PAKET UMRAH DI PT. SELATOUR PEKANBARU”

DISUSUN OLEH

Nama : Winda Sari
NIM : 11740424494

Telah disetujui oleh pembimbing pada tanggal 22 Januari 2021

Pembimbing

Drs. H. Syahril Romli, M. Ag

NIP. 195706111998803001

Mengetahui

Ketua Jurusan Manajemen Dakwah

Imron Rosidi, S.Pd., M.A., Ph.D

NIP. 198111182009011006



© Hal

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jln. HR. Soebrantas KM. 15 No. 155 Tuah Madani Tampan – Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051 Fax. 0761-562052 Web: <https://fdk.uin-suska.ac.id/> Email: fdk@uin-suska.ac.id

Nomor : B- 022/Un.04/PP.00.9/01/2021
Sifat : Biasa
Lampiran : 1 (satu) berkas
Hal : Penunjukan Pembimbing
a.n. **Winda Sari**

Pekanbaru, 04 Januari 2021

Kepada
Yth. **Drs. H. Syahril Romli, M.Ag**
Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Suska Riau

Assalamu'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh

Dengan hormat,

Berdasarkan keputusan pimpinan Fakultas Dakwah dan Komunikasi tentang penetapan judul dan pembimbing skripsi mahasiswa a.n. **Winda Sari** NIM. **11740424494** dengan judul **"Penggunaan Media Sosial Dalam Mempromosikan Paket Umrah di PT. Selatour Pekanbaru"** saudara menjadi pembimbing penyusunan skripsi mahasiswa tersebut.

Bimbingan yang saudara berikan meliputi :

1. Materi / Isi skripsi
2. Metodologi Penelitian

Kami tambahkan bahwa saudara dapat mengarahkan atau mengubah judul di atas bersama mahasiswa bersangkutan, sejauh tidak mengubah tema atau masalah pokoknya. Kami harapkan bimbingan tersebut dapat selesai dalam waktu **6 (enam) bulan.**

Atas kesediaan dan perhatian Saudara diucapkan terima kasih.

Wassalam
Dekan,



Dr. Nurdin, MA
NIP. 19660620 200604 1 015

Tembusan :
Yth. Ketua Prodi Manajemen Dakwah

rif Kasim Ria



Hak Cipta diinangungi uang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
كلية الدعوة و الاتصال
FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION
Jln. HR. Soebrantas KM. 15 No. 155 Tuah Madani Tampan – Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
Fax. 0761-562052 Web: <https://fdk.uin-suska.ac.id/> Email: fdk@uin-suska.ac.id

Nomor : Un.04/F.IV/PP.00.9/2309/2021
Sifat : Biasa
Hal : **Mengadakan Penelitian**

Pekanbaru, 26 Maret 2021

Kepada Yth:
Kepala Dinas Penanaman Modal dan
Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau
Di
Pekanbaru

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat,
Kami sampaikan bahwa datang menghadap bapak, mahasiswa kami:

Nama : **WINDA SARI**
NIM : 11740424494
Semester : VIII (delapan)
Jurusan : Manajemen Dakwah
Pekerjaan : Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Akan mengadakan penelitian dalam rangka penulisan Skripsi tingkat Sarjana (S1) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dengan judul:

"Penggunaan Media Sosial Dalam Mempromosikan Paket Umrah di PT. Selatour Pekanbaru"

Adapun sumber data penelitian adalah:

"PT. Selatour Pekanbaru"

Untuk maksud tersebut kami mohon Bapak berkenan memberikan petunjuk-petunjuk dan rekomendasi terhadap pelaksanaan penelitian tersebut.

Demikianlah kami sampaikan dan atas perhatian Saudara diucapkan terima kasih.



Wassalam
a.n. Rektor,
Dekan,

Dr. Nurdin, MA
NIP.19660620 200604 1 015

Tembusan :
1. Yth. Rektor UIN Suska Riau
2. Mahasiswa yang bersangkutan



Hak Cipta diuraungi unang-unaung

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



PEMERINTAH PROVINSI RIAU
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
 Gedung Menara Lancang Kuning Lantai I dan II Komp. Kantor Gubernur Riau
 Jl. Jend. Sudirman No. 460 Telp. (0761) 39064 Fax. (0761) 39117 **PEKANBARU**
 Email : dpmtsp@riau.go.id

REKOMENDASI

Nomor : 503/DPMTSP/NON IZIN-RISET/40199
 TENTANG

**PELAKSANAAN KEGIATAN RISET/PRA RISET DAN
 PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN SKRIPSI**



1.04.02.01

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Permohonan Riset dari : **Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau, Nomor : Un.04/F.IV/PP.00.9/2309/2021 Tanggal 26 Maret 2021**, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

- | | | |
|----------------------|---|---|
| 1. Nama | : | WINDA SARI |
| 2. NIM / KTP | : | 11740424494 |
| 3. Program Studi | : | MANAJEMEN DAKWAH |
| 4. Jenjang | : | S1 |
| 5. Alamat | : | PEKANBARU |
| 6. Judul Penelitian | : | PENGUNAAN MEDIA SOSIAL DALAM MEMPROMOSIKAN PAKET UMRAH DI PT. SELATOUR PEKANBARU |
| 7. Lokasi Penelitian | : | PT. SELATOUR PEKANBARU |

Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan.
2. Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini diterbitkan.
3. Kepada pihak yang terkait diharapkan dapat memberikan kemudahan serta membantu kelancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data dimaksud.

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Dibuat di : Pekanbaru
 Pada Tanggal : 29 Maret 2021



Ditandatangani Secara Elektronik Melalui :
 Sistem Informasi Manajemen Pelayanan (SIMPEL)
**DINAS PENANAMAN MODAL DAN
 PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
 PROVINSI RIAU**

Tembusan :

Disampaikan Kepada Yth :

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
2. Pimpinan PT. Selatour Pekanbaru
3. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau di Pekanbaru
4. Yang Bersangkutan